

Brasil Classe Mundial
Cultura Exportadora
Defesa Comercial
Desenvolvimento de Micro, Pequenas e Médias Empresas
Desenvolvimento do Setor Exportador
Design Brasil
Financiamento às Exportações
Gestão das Políticas Industrial, de Comércio e de Serviços
Investimentos em Petróleo e Gás (Encerrado)
Metrologia e Qualidade Industrial
Pólo Industrial de Manaus
Propriedade Intelectual

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

Brasil Classe Mundial

Resultados

A experiência acumulada no esforço de aumento da competitividade das cadeias produtivas do País tornou evidente a necessidade de remodelamento dos indicadores de desempenho do Brasil Classe Mundial. No sentido de viabilizar o acompanhamento objetivo da evolução da competitividade das cadeias produtivas trabalhadas, o Ministério do Desenvolvimento, da Indústria e Comércio Exterior - MDIC encomendou ao Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade do Estado do Paraná - IBQP-PR a seleção/definição de novos indicadores de produtividade, qualidade, inovação e marketing, relativos aos fatores e condicionantes da competitividade no âmbito microeconômico (empresarial), comuns às cadeias produtivas dos Fóruns de Competitividade (metas instrumentais desafiadoras da competitividade). Os indicadores com grandes bases de dados disponíveis no IBGE, Inmetro, CNI/BNDES e MTE/RAIS já foram selecionados para as Cadeias Produtivas de Couro e Calçados, Têxtil e Confecções, Madeira e Móveis, Transformados Plásticos e Complexo Eletrônico.

Em maio de 2000, o Programa foi lançado com a instalação do Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva da Construção Civil. Em seqüência, foram instalados os Fóruns das Cadeias Produtivas Têxtil e de Confecções, Transformados Plásticos, Complexo Eletrônico, Madeira e Móveis, Couro e Calçados, Transporte Aéreo e Turismo. Existem ainda quatro fóruns em fase preparatória, estando pendentes apenas acertos finais com o setor produtivo: Complexo Automotivo, Aeroespacial, Café e Siderurgia. Encontram-se em fase de estudos os relativos a Bens de Capital, Cosméticos, Naval e Marinha Mercante.

Conforme previsto no Programa, o Fórum da Cadeia Produtiva do Audiovisual foi reunido e teve seus trabalhos iniciados, quanto às fases de diagnóstico e preparação de agenda de propostas. A criação do Grupo Executivo para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica - GEDIC resultou na Política Nacional do Cinema, na criação do Conselho Superior do Cinema e do Audiovisual, do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema, do Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional e da Agência Nacional do Cinema Ancine, órgão de fomento, regulação e fiscalização da indústria cinematográfica e videofonográfica.

Em setembro de 2002, foi assinado o primeiro Contrato de Competitividade, entre a Cadeia Produtiva Têxtil e de Confecções e o Governo, marcando o fechamento do primeiro ciclo completo de um fórum (diagnóstico, agenda de propostas, encaminhamento e solução de problemas e gargalos, primeiros resultados do setor produtivo e compromisso e ratificação de metas). Esta cadeia é considerada a experiência síntese desta metodologia.

Os resultados dos fóruns são acompanhados pela Secretaria do Desenvolvimento da Produção com o suporte de um sistema implantado na Secretaria, e retratados no Relatório de Resultados dos Fóruns de Competitividade, distribuído aos agentes envolvidos nas cadeias produtivas.

Eis alguns exemplos de realizações por cadeia produtiva:

- Fórum de Competitividade da Indústria da Construção Civil: (a) desenvolvimento do "Casa 1.0", projeto de edificação ao custo unitário de R\$ 7 mil, focado em famílias com renda de três a cinco salários mínimos; (b) lançamento do Programa de Subsídios à Habitação - PSH de Interesse

Gerente:

Reginaldo Braga Arcuri

Social com previsão de R\$ 108 milhões para concessão de até 10.000 financiamentos, na primeira oferta pública. Na segunda, serão mais 15.000 financiamentos e na terceira, a oferta deverá atingir mais 10 mil beneficiados; (c) aprovação, em outubro de 2002, de um projeto-piloto de R\$ 4 milhões visando atender famílias com renda mensal de até R\$ 1 mil, sendo pelo menos 80% dos recursos vinculados ao atendimento às famílias de renda mensal de até R\$ 580,00. O projeto-piloto deverá ser desenvolvido em cinco municípios, sendo um em cada região do País.

- Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva Têxtil e de Confecções: (a) disponibilização, para micro, pequenas e médias empresas, de linha de crédito do BNDES no valor de US\$1.5 bilhão para financiar a aquisição de máquinas e equipamentos importados, com vigência até 13/12/2002; (b) programa de divulgação de linhas de crédito disponíveis junto aos elos da cadeia produtiva, por meio de postos avançados do BNDES nos estados; (c) inclusão, pelo BNDES, de equipamentos de beneficiamento de algodão dentre os itens financiáveis na Linha Especial de Financiamento Agrícola; (d) desenvolvimento de ações (em parceria) de apoio aos pólos e arranjos produtivos regionais de confecção nos estados de Goiás, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Piauí, Pernambuco, Espírito Santo, Sergipe e São Paulo; (e) redução do imposto de importação de máquinas e equipamentos utilizados na Cadeia Produtiva Têxtil e de Confecções sem produção nacional; (f) revogação, em abril de 2002, da obrigatoriedade da Classificação de Algodão para Exportação, salvando o exportador do ônus da classificação.
- Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Transformados Plásticos: (a) reorganização da Cadeia Plástica/formação/desenvolvimento dos Pólos (clusters), visando aumento da produção e geração de empregos. Já são sete empresas envolvidas em Joinville e cerca de 20 em Criciúma. Outros pólos estão em fase de reunião dos fabricantes.
- Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva do Complexo Eletrônico: (a) desoneração da produção e avanços na verticalização com a alteração da alíquota do Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI incidente sobre os produtos de informática e telecomunicações (BITs), restaurando a competitividade da indústria nacional em relação aos importados; (b) em desenvolvimento, a estruturação de uma política de atração de investimentos específica para a área de componentes semicondutores.
- Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Madeira e Móveis: (a) geração de emprego: estima-se que sejam gerados aproximadamente 80.967 empregos diretos e 83.156 indiretos no período 2001-2004, considerando-se os investimentos previstos da ordem de US\$1,094.16 milhão. O acréscimo na geração de emprego formal gerado pela Cadeia Produtiva de Madeira e Móveis foi de 18.295 empregos, ao compararmos 2002 (jan-out) com 2000; (b) aumento da base exportadora de móveis: a meta é passar das atuais oitenta (em 2000) para trezentas empresas exportadoras. De 1999 a 2001 o número de empresas exportadoras cresceu 121%, passando de 190 para 429 empresas; (c) financiamento da produção de madeira: produzidos um estudo sobre estrutura financeira do reflorestamento e uma análise sobre captação de recursos no mercado de capitais para o segmento; (d) disponibilização de uma linha de crédito de R\$ 60 milhões para o plantio de florestas, principalmente industrial, por meio do Programa de Plantio Comercial de Florestas - Proflora, anunciado em julho de 2002 pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; (e) constituição, também em julho de 2002 no âmbito do

Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar, do Pronaf Florestal, linha de crédito de investimento para silvicultura e sistemas agroflorestais. A meta inicial diz respeito ao benefício a agricultores dos grupos C (limitados a R\$ 6.000,00) e D (limitados a R\$ 4.000,00).

- Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Couro e Calçados: medidas nas áreas de (a) financiamento da produção: inclusão do couro, pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, entre os produtos financiáveis com recursos captados pela Poupança Rural; (b) fomento às exportações e desenvolvimento regional: inclusão do imposto de exportação sobre o couro *Wet Blue*; preparação do Guia do *Design* do Calçado; instalação de oficinas de design em quatro pólos calçadistas; distribuição de CD de tendências em *design* em 13 pólos; (c) *marketing* utilizando as marcas "By Brasil" e "Calçado do Brasil"; (d) medidas de apoio ao aumento das exportações: inclusão da cadeia produtiva no programa de mercados prioritários para exportação, participação de empresários da cadeia em missões comerciais oficiais ao exterior, apoio financeiro da APEX em diversos projetos, acordo com o México para alíquota zero para importação (por aquele país) de máquinas de calçado e couro; (e) medidas de caráter geral que geram efeitos sobre a cadeia produtiva: criação de linhas de financiamento para empresas nacionais que contribuam para promoção das exportações, acordo para reformulação do Convênio de Crédito Recíproco Brasil/Argentina - CCR, permitindo a solução de dívidas atrasadas de importadores argentinos com empresas brasileiras.
- Fórum de Competitividade da Indústria do Transporte Aéreo: medidas anunciadas em setembro de 2002 pelo Governo nas áreas de (a) financiamento, seguros e custos aeroportuários: redução a zero da alíquota do Imposto de Operações de Crédito, Câmbio e Seguro, ou relativas a Títulos ou Valores Imobiliários - IOF sobre o valor dos prêmios de seguro aeronáutico e de seguro de responsabilidade civil pagos por transportador aéreo; assunção, pelo Governo Federal, da cobertura do Adicional do Seguro de Guerra e de Ações Terroristas de US\$0,00 a US\$1 bilhão; (b) regulação e aduana: possibilidade de utilização do mecanismo de *exchange*; (c) tributação e taxação: equalização na cobrança de PIS/Cofins sobre combustível de aviação utilizado por empresas nacionais e internacionais, cumprindo vôos em rotas internacionais; isenção do IR sobre arrendamento financeiro ou mercantil de aeronaves e suas partes; isenção de Imposto de Importação - II - na aquisição de partes, peças e componentes; remissão dos débitos de responsabilidade das empresas nacionais de transporte aéreo, correspondentes à contribuição para o PIS/Pasep, Cofins e Funsocial, incidentes sobre a receita bruta decorrente do transporte internacional de cargas ou passageiros.
- Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva do Turismo: (a) extensão do processo de tributação simplificada (Simples) para as agências de viagem e agências de viagem e turismo; (b) criação do Banco Eletrônico de Viagem e Turismo; (c) otimização da operação de cruzeiros turísticos aquaviários; (d) divulgação da Regulamentação do Uso dos Lagos e Represas Artificiais para Fins Turísticos; (e) disponibilização de novas tecnologias de saneamento do Programa de Pesquisas em Saneamento Básico - Prosab para serem aplicadas aos municípios turísticos; (f) Prodetur NE - Fase II; (g) Prodetur Sul; (h) criação do Comitê Gestor do Programa Visit Brazil (promoção do turismo brasileiro no exterior); (i) treinamento em turismo (a ser ministrado pelo Instituto Rio Branco); (j) lançamento do Projeto Jovens Divulgadores do Brasil no Exterior; (k) lançamento do "Livro dos Portos".

Apesar da contenção financeira/orçamentária verificada em 2002, foi possível atingir grande parte das metas pactuadas nos fóruns de competitividade.

A experiência dos oito fóruns instalados e em funcionamento, e dos demais em preparação, demonstra existir um grande espaço de trabalho para a solução de problemas, entraves e gargalos nas esferas creditícias, legais, de infra-estrutura (física e de serviços de logística), trabalhista, de defesa comercial, de tecnologias básicas, aduaneira e, sobretudo, naquelas que dependem apenas da capacidade de articulação das ações de Governo.

O esforço de articulação das áreas de Governo tem produzido soluções e resultados de tal forma que ainda não foi necessário encaminhar projetos executivos à Câmara de Desenvolvimento da Presidência da República conforme previsto na metodologia dos fóruns, para decisão em caso de dissenso entre ministérios.

A crise da União Aduaneira levou os Governos Brasileiro e Argentino a definirem uma nova fase para o Mercosul, baseada em esforços conjuntos de análise e articulação de cadeias produtivas visando proporcionar ganhos de produtividade e competitividade capazes de permitir a concretização da integração das cadeias produtivas e a concretização de plataformas exportadoras.

O processo foi formalmente definido e a metodologia de trabalho escolhida foi a dos fóruns de competitividade, tendo sido selecionadas as Cadeias Produtivas de Madeira e Móveis e Automotiva para o início dos trabalhos.

Em dezembro de 2002, o Conselho do Mercado Comum criou o Programa dos Fóruns de Competitividade das Cadeias Produtivas do Mercosul, que deverá ter orientação política das Reuniões de Ministros, que poderão indicar a criação, no âmbito do Programa, de fóruns específicos para cada cadeia produtiva.

Finalmente, com o objetivo de aprofundar os laços comerciais e a cooperação com os países da América Latina como um todo, as seguintes ações foram realizadas: (a) criação de uma Comissão Mista Permanente de Energia com a Bolívia; (b) repasse da metodologia dos fóruns de competitividade para o governo do Peru, para criação do Conselho Nacional de Competitividade, ocorrida em abril de 2002; (c) exposição sobre fóruns de competitividade no contexto das cadeias produtivas no VI Seminário Internacional de Gestão Tecnológica (Gestec 2002), em Cuba, no mês de julho de 2002; (d) missão comercial do governo brasileiro ao México, em agosto de 2002, para integração dos programas de competitividade dos dois países; e (e) assinatura de um acordo-quadro com países andinos, em dezembro de 2002, com vistas à liberalização comercial entre os países dos dois blocos.

Concepção

O processo de globalização e a inserção competitiva da economia brasileira na economia internacional impõem o incremento da competitividade das cadeias produtivas no Brasil. Neste contexto, o Programa **Brasil Classe Mundial** constitui-se de ações que visam atuar sobre a capacidade competitiva do setor produtivo brasileiro em busca da solução de problemas de cada cadeia produtiva, configurando uma política de desenvolvimento da produção, baseada nos objetivos de geração de emprego, ocupação e renda, desenvolvimento produtivo regional, capacitação tecnológica - alavancando a qualidade, a produtividade e a inovação-, aumento das exportações, competição com as importações, e competição com serviços internacionais. Seu público-alvo é, *lato sensu*, o setor produtivo brasileiro e, *stricto sensu*, as cadeias produtivas da Construção Civil, Têxtil e de Confecções, de Transformados Plásticos, do Complexo Eletrônico, de Madeira e Móveis, de Couro e Calçados, do Transporte Aéreo, do Turismo, e outras que venham a se consolidar.

Um ponto central do Programa é o estabelecimento de diagnóstico conjunto com o setor produtivo e governo em torno de metas e ações a serem definidas para elevar a competitividade internacional das empresas, produtos e serviços, a fim de atingir os macro-objetivos de geração de emprego, incremento das exportações, competição com as importações e desconcentração regional da produção. Na perseguição destes macro-objetivos, o Programa lança mão das seguintes ações: estudos para identificação de oportunidades de investimentos produtivos para o desenvolvimento regional; estudos para identificação dos entraves ao reposicionamento competitivo de cada cadeia produtiva nas áreas industrial e de comércio e serviços; estímulo ao revigoramento do Conselho Nacional de Secretários de Indústria e Comércio dos Estados; estudos para o aproveitamento de resíduos; criação e promoção da Marca Brasil; instalação de fóruns de competitividade por cadeia produtiva; e planos de ação por cadeia produtiva envolvendo compromissos do setor público e privado e metas de desempenho setorial.

Os fóruns de competitividade constituem espaços de diálogo entre o setor produtivo (sob a forma de representações de empresários e trabalhadores) e o Governo para, em primeiro lugar, promover a discussão e busca de consenso em relação aos gargalos, oportunidades e desafios de cada uma das cadeias produtivas que se entrelaçam na economia brasileira. Após o consenso em torno de um diagnóstico, os debates são dirigidos para a definição de um conjunto de ações e metas desafiadoras para a solução dos problemas e aproveitamento das oportunidades, tendo em vista os objetivos do Programa. Cabe lembrar, também, que os fóruns de competitividade fazem parte do grupo SGT-7/Indústria do Mercosul e que, portanto, suas ações extrapolaram a idéia inicial de atuar apenas localmente.

As ações estão adequadas ao objetivo do Programa e à sua finalidade. Recursos orçamentários e financeiros são considerados críticos para o sucesso do Programa. Há oportunidade de aperfeiçoamento na forma de repasse dos recursos, principalmente no que concerne à burocracia nos instrumentos jurídicos pactuados (acordos, convênios, contratos de repasses de recursos, fundos setoriais) e à forma e lentidão com que os recursos (físicos e/ou financeiros) chegam ao destinatário final.

.....

As restrições financeiras/orçamentárias, o contingenciamento e o atraso na liberação de recursos obviamente tiveram impactos no Programa, especialmente no período 2001-2002, caracterizado pela consolidação de suas ações. O processo de celebração de contratos e convênios também se apresentou como um problema burocrático a ser enfrentado pela gerência do Programa. As alternativas encontradas para minimizar os impactos negativos destas restrições foram: a priorização de ações e suas metas físicas; o alongamento dos prazos de execução; e a associação das ações previstas neste Programa às ações dos programas Gestão de Políticas Industrial, de Comércio e de Serviços, Programa Brasileiro do Design e Desenvolvimento de Micro, Pequenas e Médias Empresas. Além disso, o Programa fez alianças com todos os segmentos possíveis do setor produtivo de cada cadeia produtiva trabalhada, a fim de minimizar os impactos negativos. Em contrapartida, compartilhou responsabilidades e cooperação.

Os resultados anteriormente mencionados expressam claramente que os avanços conseguidos pelo Programa e pelos fóruns de competitividade só foram possíveis em função das parcerias e alianças no âmbito de cada cadeia produtiva. O instrumento formal de ratificação das parcerias são os contratos de competitividade, elaborados nos fóruns à medida que os resultados dos esforços conjuntos para a solução dos problemas e gargalos e para o aproveitamento das

Implementação

oportunidades atingem um nível considerado suficiente pelas partes para basear a definição de contrapartidas do setor produtivo. Os principais parceiros do Programa são o setor produtivo, as associações e entidades de classe, representantes de trabalhadores, o sistema financeiro e os órgãos de governo, entre os quais observa-se um bom nível de compartilhamento de responsabilidades e ações.

O Programa **Brasil Classe Mundial** possui relação estreita com os programas Gestão de Políticas Industrial, de Comércio e de Serviços, Programa Brasileiro do Design, Desenvolvimento de Micro, Pequenas e Médias Empresas, Desenvolvimento do Setor Exportador, Cultura Exportadora, Defesa Comercial e, com ações desenvolvidas pelo Ministério de Ciência e Tecnologia, Ministério do Meio Ambiente, Ministério do Trabalho e Emprego, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, Ministério da Fazenda, com o Sebrae, Camex, APEX, Senai, Senac, com a Academia, com o Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BASA, BNB, Bancos Regionais, ABNT, Inmetro, INPI e Suframa.

A equipe de servidores e consultores que trabalham no **Brasil Classe Mundial** é composta de técnicos com formação superior, a grande maioria com especialização, mestrado e doutorado, portanto capacitados às suas atividades junto às cadeias produtivas. Em função disso, não houve preocupação com a implementação de um programa de capacitação para esses servidores. Por outro lado, os técnicos envolvidos no gerenciamento e implementação das ações do Programa participam intensamente dos seminários, viagens, palestras e mesas redondas nos setoriais a que estão vinculados. Observou-se, contudo, a necessidade de acréscimo de recursos humanos técnicos ao Programa, dado o excessivo esforço operacional empreendido nas ações dos fóruns (instalados ou em fase preparatória).

A participação do público-alvo é incentivada. Os fóruns de competitividade são um espaço de diálogo permanente entre o setor produtivo (sob a forma de representações de empresários e trabalhadores), Governo e Congresso Nacional para, em primeiro lugar, promover a discussão e a busca de consenso em relação aos gargalos, oportunidades e desafios de cada uma das cadeias produtivas que se entrelaçam na economia brasileira. Configuram-se, portanto, como excelentes sítios de avaliação da satisfação da sociedade, do setor produtivo e dos trabalhadores, oportunidade esta ainda não aproveitada de forma sistematizada pelo Programa.

Cultura Exportadora

Resultados

O resultado do período 2000-2002 foi positivo. O Programa desenvolveu ações para implantação da cultura exportadora em todos os estados, nas capitais e no interior. Cerca de 25.000 pessoas tiveram contato com informações sobre comércio exterior nos Encontros de Comércio Exterior - Encomex, entre empresários, estudantes, profissionais liberais e funcionários de instituições parceiras. Mais de 10.000 profissionais passaram por salas de aulas aprendendo como chegar ao mercado internacional.

De 2000 a 2001, passamos de 14.147 empresas exportadoras para 17.267 (aumento de 22%), com previsão de 18.000 para 2002. Embora o crescimento previsto em 2002 seja menor que nos anos anteriores, a probabilidade de alcance da meta de 20.000 no final de 2003 é boa. Os principais motivos: as parcerias firmadas pelo Programa e o financiamento extra-orçamentário delas originado.

Outros resultados do período:

- capacitação de 4.185 profissionais em comércio exterior: a meta de 2.850 foi ultrapassada em mais de 46%. Em 2002, a meta física era de 1.100 profissionais capacitados. Foram atingidos 3.340 profissionais, representando 303,6% da meta;
- capacitação para 10.603 empresários exportadores: mais que dobrou a meta de 5.122;
- edição e distribuição de 203.550 exemplares de material técnico para orientação ao exportador: 424% da meta definida em 1999 (48.000). Para 2002, a meta de 16.000 exemplares foi ultrapassada em 18.050 unidades, o que representou 112,8% de acréscimo à meta;
- realização de 27 Encontros de Comércio Exterior - Encomex: três quartos dos eventos planejados (36). Só em 2002, foram dezessete encontros, cinco eventos além da previsão para o ano; e
- Início da produção do *software* Aprendendo a Exportar Setorial, para quatro setores produtivos específicos.

Para 2003, pretende-se: (1) viabilizar novos convênios com a Agência de Promoção de Exportações - APEX e com o Ministério do Trabalho e Emprego - MTE/Fundo de Amparo ao Trabalhador - FAT, de forma a aportar mais recursos às ações do Programa; (2) iniciar um curso de especialização em comércio exterior, com ênfase em empresas de pequeno porte, para 800 integrantes da Rede de Agentes de Comércio Exterior; e (3) prosseguir com o desenvolvimento da versão setorial do *software* Aprendendo a Exportar.

Concepção

O problema que gerou a criação do Programa **Cultura Exportadora** foi a baixa participação das micro e pequenas empresas no processo exportador brasileiro, que gera grande concentração das exportações, seja sob a ótica de produtos ou empresas ou ainda mercados-alvo. As ações do Programa concentram-se fundamentalmente na sensibilização da classe empresarial para as vantagens da exportação e no fornecimento de informações sobre "como exportar". O objetivo é aumentar a participação daquele segmento nas exportações brasileiras e, conseqüentemente, alavancar o volume exportado.

Gerente:

Sérgio Nunes de Souza

Outros problemas, como a alta burocracia alfandegária, a falta de informações sobre mercados-alvo e o difícil acesso ao financiamento, também comprometem o alcance dos objetivos, mas as ações de mitigação têm lugar em outros programas ou instituições.

Neste contexto, há necessidade de revisão do objetivo do Programa, privilegiando os resultados da capacitação dos agentes promotores das exportações. Um trabalho de definição de indicadores mais específicos já vem sendo empreendido pela sua gerência. Algumas ações não constam na estrutura do Programa, mas contribuem para a evolução dos indicadores:

- desenvolvimento da Rede Nacional de Agentes de Comércio Exterior - Redeagentes, constituída de profissionais de todo o Brasil que atendem aos pequenos empresários, auxiliando-os em seu esforço exportador;
- manutenção do site Redeagentes, onde a sociedade tem acesso a diversas informações sobre comércio exterior e a diversos links para sites governamentais e de apoio às exportações brasileiras; e
- pós-graduação em Comércio Exterior (modalidade "ensino a distância") para oitocentos profissionais que atendem a demandas da sociedade com relação à exportação.

A avaliação das atividades executadas e dos resultados obtidos, realizada no início de cada ano, carece de um plano mais bem estruturado. Os mecanismos de supervisão estão bem ajustados. A coordenação e articulação das principais ações são realizadas pela Secretaria de Comércio Exterior – Secex, de forma centralizada.

Implementação

As seguintes práticas contribuem muito positivamente para a evolução do indicador e alcance das metas do Programa:

- parcerias: foram desenvolvidas tanto na área de financiamento quanto na área de execução. Quanto ao financiamento, as parcerias com o MTE/FAT e com a APEX foram essenciais para o alcance das metas de algumas ações. Para ilustrar a importância, o MTE/FAT financia 100% de duas ações desde 2000; a APEX financiou 100% de uma ação em 2000 e 2001, 50% de uma ação e mais 100% de três ações em 2002, e para 2003 foi aprovado um projeto de financiamento e há a indicação de um aditivo. O Banco do Brasil, 100% de uma ação desde 2000 e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento também participam como parceiros de financiamento em outras ações. A ação do MAPA (3655 - Formação de Negociadores em Comércio Exterior) não tem atingido a meta nos últimos anos, devido a dificuldades no fechamento de convênios. Quanto à execução, a parceria com o Senai desde 2000 viabiliza o programa em nível nacional devido à capilaridade, estrutura e mobilidade do serviço. O Programa é muito bem visto pelos parceiros que apostam nos resultados para a sociedade.
- gestão compartilhada: os atores envolvidos com as atividades do Programa são consultados e as sugestões são úteis na definição dos rumos do Programa. A participação da sociedade se processa na forma dos seguintes instrumentos: (a) um Comitê Gestor, formado por dois agentes de comércio exterior de cada estado, emite relatórios periódicos sobre o desenvolvimento das atividades no seu estado, bem como identifica gargalos a serem eliminados na implementação do Programa; (b) os atores envolvidos (agentes de comércio exterior, formadores e empresários) são consultados por *e-mail*, ao final de cada ano, para que façam uma avaliação do desempenho do

Programa e apresentem sugestões para o ano seguinte. Já no final de 2001, muitas das sugestões foram absorvidas como mudanças de rumo do Programa. Em 2002, uma grande discussão sobre temas relevantes para o Programa foi iniciada no Rio de Janeiro num encontro com mais de oitenta integrantes de quinze estados da Federação. Os debates continuam via correio eletrônico.

- regionalização: a coordenação do Programa foi dividida por estados, cada coordenador fica responsável por seis estados. Isto facilitou a interlocução com os estados, a formação de parcerias regionais e o desenvolvimento das ações de forma customizada e aumentou a velocidade de resposta às demandas estaduais.

Houve uma melhora sensível no último ano no campo da capacitação da equipe gerencial, com oportunidades de desenvolvimento principalmente nas áreas de informática, línguas, técnicas gerenciais e administração pública. Soma-se a isso o fato de que a equipe gerencial faz parte de uma ação de capacitação, permitindo aos seus membros trabalhar como multiplicadores de informações. Vale ressaltar que esta equipe apresenta uma quantidade de técnicos abaixo da ideal.

Os recursos materiais e de infra-estrutura disponíveis para o programa são em quantidade suficiente. Quanto aos recursos financeiros, percebe-se que a liberação reduzida, o contingenciamento e a descontinuidade do fluxo de recursos pouco afetaram o Programa dado o baixo percentual de verba orçamentária por ele utilizado.

Não há dificuldades quanto à execução e administração das ações implementadas por outros Ministérios ou instituições. As limitações no desempenho devem-se à questão da alocação de recursos.

Defesa Comercial

Resultados O foco do indicador do Programa **Defesa Comercial** mudou de tempo médio de conclusão dos processos de práticas danosas de comércio exterior para o prazo médio para alcançar determinação preliminar da existência de *dumping* ou subsídio e de dano causado à indústria doméstica. Ainda assim, a mudança não foi capaz de garantir a medição dos índices alcançados. Procurou-se retratar, num único indicador, os resultados de todas as ações do programa, ou seja, de todos os mecanismos utilizados na defesa comercial. Entretanto, a tentativa teve o efeito contrário de inviabilidade da apuração do índice no período 2000-2002. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC está estudando a elaboração de novos indicadores.

Por outro lado, o Programa alcançou praticamente todas as metas propostas para o período. Os resultados foram os seguintes:

- 71 processos de defesa comercial foram analisados no período entre 2000 e 2002, seis a mais que a meta física proposta para o período. Em 2002 foram analisados 26 processos, 86% a mais que a meta prevista de quatorze processos para o ano;
- 66 exportadores submetidos a investigações no exterior foram atendidos, ultrapassando em 65% a meta de quarenta atendimentos previstos. Somente em 2002 foram 36 atendimentos, superando em 44% a meta de 25;
- foram realizados 95 estudos para subsidiar a participação brasileira nos foros internacionais até final de 2002. Estavam previstos apenas cinquenta, inicialmente. Em 2002, foram 23 estudos, quatro a mais que o previsto; e
- foram promovidos quinze eventos para divulgação de instrumentos de defesa comercial, entre 2000 e 2002. A meta, corrigida de 72 para 32 eventos em 2001, é atualmente considerada correta no patamar de apenas oito eventos anuais. Em 2002, apenas quatro foram realizados, devido, principalmente, à considerável diminuição da demanda por este tipo de evento. Nota-se uma maior conscientização do público sobre a matéria, reforçada por medidas como (1) o aperfeiçoamento da *home page* do Ministério, (2) a elaboração de folders para a divulgação dos assuntos afetos à área de defesa comercial, (3) a edição anual do Relatório de atividades do Departamento de Defesa Comercial - DECOM, dentre outras.

Para 2003, prevê-se a análise de quarenta processos de defesa comercial, atendimento a 25 exportadores em seus processos no exterior, cinquenta estudos para subsidiar a participação brasileira nos foros internacionais e oito eventos de divulgação dos instrumentos de defesa comercial, metas estas que deverão ser integralmente cumpridas.

Concepção Com a abertura econômica promovida a partir de 1990, houve uma maior exposição do setor produtivo brasileiro à competição externa e a práticas predatórias de comércio, potencialmente prejudiciais ao parque industrial nacional.

Gerente:

Armando de Mello Meziat Neto

O governo precisava aparelhar-se para combater tais práticas, já que estava em jogo a manutenção e o crescimento das exportações brasileiras. Com os exportadores crescentemente expostos a processos de defesa no exterior, tornou-se mandatório consolidar conhecimentos sobre mecanismos de defesa comercial e posicionar-se junto à ALCA, ao Mercosul, e quanto à transparência das regras de investigação da OMC.

O Programa **Defesa Comercial** visa fundamentalmente consolidar o uso e aperfeiçoar os instrumentos de combate às práticas desleais de comércio e surtos de importação. Também presta assistência ao exportador brasileiro submetido a processos de defesa comercial no exterior e monitora os procedimentos de defesa comercial adotados em investigações abertas contra o Brasil. Para tanto, analisa procedimentos de defesa comercial adotados mundo afora, apóia exportadores brasileiros nos processos de defesa comercial a que são submetidos, realiza estudos que subsidiam a participação brasileira nos foros internacionais e promove eventos de divulgação dos instrumentos de defesa comercial.

Todas as unidades do Departamento de Defesa Comercial - Decom estão envolvidas na execução das ações do Programa. O trabalho do departamento vem sendo reconhecido pelo público-alvo por meio de correspondências de agradecimento e enaltecimento da qualidade dos serviços prestados pelos técnicos. Entretanto, o Programa não dispõe de um mecanismo formal de aferição da satisfação dos usuários.

É necessário definir novos indicadores, em cuja composição seja possível perceber um aumento de pareceres favoráveis ao Brasil nos processos de defesa comercial. Obviamente, a aferição dos índices precisa ser viável.

Não foram identificados outros produtos que contribuam para o objetivo do Programa nem necessidades de aprimoramento na sua estratégia de implementação.

.....

O Programa **Defesa Comercial** vem sendo executado sem obstáculos quanto à estrutura organizacional do Ministério na gestão do Programa. O controle financeiro é feito pela Secretaria de Comércio Exterior - Secex, cabendo ao Decom a execução das metas físicas.

Implementação

Em janeiro, fevereiro e outubro de 2002 ocorreram pequenas retenções na liberação dos recursos financeiros, mas que não chegaram a afetar significativamente o desempenho do Programa.

Não houve, no período de 2000 a 2002, programa de capacitação da equipe gerencial responsável pela implementação do Programa. Entretanto, um melhor desempenho do corpo técnico do Programa poderia ser obtido com a participação dos técnicos do Decom em cursos de análise e performance de empresas e de estatística aplicada.

O programa não estabeleceu parcerias; a competência das ações desenvolvidas no Programa **Defesa Comercial** é exclusiva do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Também não foram firmadas parcerias com outros programas do PPA 2000-2003.

Desenvolvimento de Micro, Pequenas e Médias Empresas

Resultados Principais resultados (período de janeiro/2000 a dezembro/2002):

- 1- Financiamento à micro, pequena e média empresa: BNDES, Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal realizaram 4,24 milhões de operações de crédito, envolvendo mais de R\$ 40 bilhões. A meta de 1,8 milhão de operações foi superada em mais de 135%, restando ainda todo o ano de 2003 para o término do período de observação da ação. Este volume de operações é mais de doze vezes superior ao total de operações realizadas para as micro, pequenas e médias empresas, pelos agentes financeiros oficiais, em 1998.
- 2- Honra de Aval (FGCP) e Seguro de Crédito: o BNDES realizou operações de honra de aval (referentes ao Fundo de Garantia para Promoção da Competitividade) decorrente da garantia de risco de financiamento às empresas no montante de R\$ 26,2 milhões. A Caixa realizou 632,5 mil operações de seguro de crédito, totalizando R\$ 5,4 bilhões. Apenas em 2002, foram 1,18 milhão de operações de crédito com as micro, pequenas e médias empresas.
- 3- Apoio à Instalação de Micro, Pequenas e Médias Empresas: em 2000 e 2001, 49 projetos de infra-estrutura foram apoiados, ultrapassando a meta de trinta projetos em mais de 60%. Por meio de convênios com estados e municípios, resultou desta ação a construção de barracões, estruturas multiuso em pólos produtivos e centros de artesanato. Até o final de 2002, 21 pólos produtivos de confecção e vestuário foram beneficiados por ações de parceria do programa com o Brasil Empreendedor e Fóruns de Competitividade (os pólos são elos da cadeia produtiva, onde predominam micro e pequenas empresas). Foi adquirido um *software* para realização de diagnósticos e estudos sobre os pólos, acompanhado do respectivo treinamento.
- 4- Estruturação de Núcleos Produtivos de Artesanato: em 2000 e 2001, foram estruturados 108 núcleos de artesanato pelos estados, correspondendo a pouco mais de 57% da meta prevista (189), beneficiando milhares de artesãos. O contingenciamento de recursos orçamentários em 2002 foi o fator de impedimento para o alcance da meta proposta. Por outro lado, no site do Programa do Artesanato Brasileiro - PAB podem ser encontrados inúmeros depoimentos de artesãos de várias localidades do País, integrantes dos núcleos de produção do segmento, atestando os resultados do Programa. Foram doados 27 caminhões-baú para os 26 estados e o Distrito Federal, para estruturação da comercialização do artesanato produzido. Vem sendo estimulada a exposição da produção artesanal dos estados no "Espaço Brasil", presente em pelo menos quatro grandes feiras e mostras no País. Em março de 2002, foram lançadas a campanha "A arte é brasileira, o mercado é mundial" e a publicação "A Arte do Artesanato Brasileiro" (em português, inglês e espanhol), distribuída no País e no exterior. No mesmo mês, foi também elaborada a cartilha "O Artesão e a Previdência Social" (em cooperação com o Ministério da Previdência e Assistência Social e apoio do Banco do Nordeste), objetivando informar os milhões de artesãos brasileiros sobre seus direitos e deveres na Previdência Social e, com isso, ampliar a base de arrecadação previdenciária neste segmento. Foi lançada, em abril de 2002, a primeira Rota de Artesanato e Turismo - o projeto Rota040 (parceria com o Sebrae Nacional, Sebrae-MG e Sebrae-RJ), integrando

Gerente:

Márcia Martins Alves

turismo e artesanato em 23 municípios e um distrito ao longo de 250 km da BR-040, entre Petrópolis-RJ e Barbacena-MG. No primeiro semestre de 2003, deverá ser lançada a Rota de Missões - RS, estendendo o projeto a mais vinte municípios do Rio Grande do Sul. Paraguai e Argentina já manifestaram interesse pelo projeto. Em maio de 2002, foi firmada parceria com o Grupo Pão de Açúcar e a Coordenação de Artesanato do DF viabilizando a comercialização de artesanato em cinco lojas em Brasília, por artesãos do Distrito Federal. Esse projeto poderá ser ampliado para as 230 lojas do Pão de Açúcar, em oito estados. Em dezembro de 2002, com a parceria do Banco do Nordeste, Infraero e Coordenações Estaduais, foram lançadas exposições sobre o artesanato nordestino, capixaba e norte-mineiro em quatorze aeroportos do País. O segmento artesanal foi também incluído nos Encontros de Comércio Exterior - Encomex ocorridos no segundo semestre de 2002, nos estados do Ceará e Acre.

- Implementação do Fórum Permanente das Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) e Realização de Estudos para a Promoção de Micro e Pequenas Empresas: o Fórum Permanente das ME e EPP foi criado pelo Estatuto das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Lei nº 9.841/99). Dele participam 48 órgãos do Governo, 47 entidades de representação de ME e EPP, além das entidades de apoio a esse segmento (Sebrae e o Sistema "S"), que trabalham em seis comitês temáticos: Racionalização Legal e Burocrática, Investimento e Financiamento, Formação e Capacitação Empreendedora, Tecnologia e Inovação, Comércio Exterior e Integração Internacional, e Informação. Por intermédio do Fórum, realizaram-se nove estudos entre 2000 e 2001, que subsidiaram propostas de formulação de políticas e programas para o segmento. Até dezembro de 2002 foram instalados três Telecentros de Informação e Negócios - TINs, uma das propostas aprovadas pelo Fórum, que mira o aumento da competitividade do segmento, por meio da capacitação, da inclusão digital e do uso da internet. Até o primeiro semestre de 2003, serão 116 unidades em funcionamento pelo País, em parceria com o Sebrae.
- Formação de Multiplicadores em Gestão para Micro e Pequenas Empresas: formaram-se 25 supervisores em confecções e vestuário para micro e pequenas empresas do pólo produtivo de confecções de Vila Velha/ES. Embora cumprindo apenas 17% da meta para o período 2000-2002, a formação propiciou alto grau de especialização aos participantes, que já estão sendo demandados por micro e pequenas empresas do setor pelo Brasil inteiro. Além dos supervisores, vários micro e pequenos empresários locais assistiram a módulos específicos do treinamento. A ação não se mostrou mais efetiva porque não foi contemplada nos orçamentos de 2000 e 2001, foi contingenciada em 2002, e não teve aportes do FAT e do Sebrae por se tratar de capacitação com duração superior a 80 horas.

O Programa de **Desenvolvimento de Micro, Pequenas e Médias Empresas** apresentou, ao longo de sua execução, alto percentual de corte na liberação dos recursos ordinários do Orçamento. Em 2002, o contingenciamento médio chegou a 74% dos recursos previstos para o exercício, não estando incluídas nesse percentual as emendas ao Orçamento. Ações que poderiam ter sido alavancadas com estes recursos: a estruturação de núcleos de artesanato, a realização de estudos para o Fórum Permanente das ME e EPP e a capacitação de multiplicadores para a gestão de ME e EPP.

As metas previstas para o ano 2003 devem ultrapassar aquelas estabelecidas no PPA 2000-2003. A expectativa é que, com a liberação regular dos recursos constantes da LOA, acrescida das parcerias, possam ser alcançados os seguintes resultados: (1) geração e manutenção de postos de trabalho, emprego e renda em 716.119 micro, pequenas e médias empresas e para 79.650 artesãos; (2) ampliação dos trabalhos do Fórum Permanente das ME e EPP; (3) instalação de 279 Telecentros de Informação e Negócios em todo o País, com as instituições parceiras do Fórum Permanente das ME e EPP; (4) apoio a 68 pólos produtivos, elos das cadeias têxtil e confecções; madeira e móveis; couro e calçados e artesanato, beneficiando 11.400 empresas e 2.200 artesãos desses pólos; (5) sensibilização de 70.000 artesãos para inclusão na Previdência Social; e (6) abertura de canais de comercialização e promoção do artesanato brasileiro, no País e no exterior.

Concepção O Programa **Desenvolvimento de Micro, Pequenas e Médias Empresas** tem o objetivo de fortalecer este segmento empresarial por meio de instrumentos de financiamento, aval, crédito, infra-estrutura, capacitação e assessoramento, com vistas à redução da taxa de mortalidade das empresas nos primeiros anos de existência.

A concepção do programa fundamentou-se em um estudo realizado pelo Sebrae, em 1998, em treze estados da Federação, que apontava alto índice de mortalidade das empresas nos primeiros anos de existência. Só no primeiro ano, este índice atingia 39%. Em 2002, o segmento das micro, pequenas e médias empresas chegou a representar 98% das empresas brasileiras. As empresas com até 99 empregados (micro e pequenas empresas) representam cerca de 52,8% da força de trabalho em 2000 (RAIS). Somente no segmento artesanal, estimativas apontam 8,5 milhões de pessoas envolvidas com a produção e comercialização. Trata-se então de um grande potencial de geração de emprego e renda que precisa ser fortalecido.

O problema com os indicadores é que o estudo do Sebrae não teve continuidade após 1998 e o Programa nunca dispôs de recursos suficientes para custear a medição dos próprios indicadores. Com isso, não foi possível aferir, desde então, a influência das ações do Programa no índice de mortalidade das empresas.

É consenso que as principais dificuldades do segmento são o financiamento e a capacitação técnica e gerencial para a sobrevivência dos negócios. As ações do Programa focam estas áreas, desde a sua criação.

A ênfase no artesanato veio em 2001, dada a necessidade comum de fortalecimento do Programa do Artesanato Brasileiro e das micro e pequenas empresas. Anteriormente ao PPA 2000-2003, o artesanato brasileiro, para fins de planejamento plurianual, era contemplado como um programa específico, refletindo as ações do Programa do Artesanato Brasileiro, que foi criado por meio de Decreto Presidencial e transferido para o Ministério do Desenvolvimento, em 1995.

A seguir, uma relação de causas da mortalidade das empresas do segmento e as ações possíveis de correção do problema:

| Causa | Ações |
|--|--|
| <p>Ausência de um ambiente favorável à instalação e ao fortalecimento das micro, pequenas e médias empresas e do segmento artesanal.</p> <p>Dificuldade de acesso ao crédito.</p> <p>Necessidade de capacitação empreendedora.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Apoio à instalação de infra-estrutura física para micro, pequenas e médias empresas e para o segmento artesanal, onde sejam promovidos o associativismo local, a capacitação e a disponibilização de espaços conjuntos para produção e comercialização. - Ampliação e fortalecimento dos Telecentros de Informação e Negócios, como ambientes de capacitação, inclusão digital (acesso à tecnologia), informação e negócios para as micro e pequenas empresas e para o segmento artesanal. - Realização de estudos para a implantação (nos níveis federal, estadual e municipal) de políticas e legislações desburocratizantes e diferenciadas dos demais segmentos, em especial sobre a abertura e fechamento de empresas, e sobre questões tributárias, trabalhistas e previdenciárias. - Fortalecimento e implantação de incubadoras de empresas, inclusive para o segmento artesanal. - Ampliação dos fundos de aval e seguros de crédito já existentes para o segmento e criação de novos. - Ampliação do lastreamento de <i>funding</i> para microcrédito e reforço das linhas já existentes. - Estímulo e desenvolvimento de instrumentos que permitam a criação de cooperativas de crédito. - Desburocratização do acesso ao crédito. - Desenvolvimento de mecanismos de bônus para as micro e pequenas empresas que, ao acessarem o crédito de longo prazo, mantenham os empregos pré-existentes e gerem novos. - Ampliação do universo de beneficiários da capacitação de novos empreendedores, ainda não formalizados ou com até um ano de formalização. - Ampliação do universo de beneficiários da capacitação em gestão para as micro, pequenas e médias empresas e para o segmento artesanal. - Preparação de uma rede de multiplicadores que possam assessorar, em organização e gestão, as micro e pequenas empresas e o segmento artesanal, incluindo-se a elaboração de planos de negócios, quando o empreendedor necessitar de acessar linhas de crédito. |

| Causa | Ações |
|--|---|
| <p>Dificuldades de engajamento e permanência na condição de exportador.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dificuldade de acesso à tecnologia. - Dificuldade em promover ajustes tecnológicos em sua produção, bem como na certificação de produtos e serviços. - Dificuldade de acesso a instrumentos de apoio à inovação. | <ul style="list-style-type: none"> - Inclusão do tema "empreendedorismo" nas escolas de primeiro, segundo e terceiro graus, além de "gestão" nesses dois últimos graus. Inclusão de técnicas artesanais nas escolas de primeiro grau. - Criação de cursos complementares para os alunos da rede pública, beneficiários da Bolsa-Escola, que contemplem técnicas artesanais, que se constituiriam numa opção de ocupação e renda, posteriormente à sua formação. - Desenvolvimento e implementação de metodologia específica, com a capacitação de multiplicadores, voltada para a formação de lideranças de micro e pequenas empresas e das entidades de artesanato. - Realização de pesquisas de mercado locais que possam auxiliar os empreendedores na concepção de seus planos de negócios a curto e médio prazos. - Ampliação da Rede de Agentes de Comércio Exterior para o atendimento e assessoramento aos micro e pequenos empresários, bem como formar agentes para o atendimento específico do segmento artesanal. - Elaboração e divulgação de cartilha contendo informações e orientações sobre como exportar para as micro e pequenas empresas e entidades de artesanato. - Criação de instrumentos para a promoção, divulgação e pesquisa de mercado sobre seus produtos. - Ampliação da divulgação do Exporta Fácil, dos Correios. - Realização de missões com o segmento artesanal. Estruturação de um site que contenha mecanismos de comércio eletrônico para o segmento artesanal. - Criação de uma legislação adequada sobre consórcios de exportação de micro e pequenas empresas e de entidades de artesanato, e a conseqüente implantação dos instrumentos necessários ao seu funcionamento. - Ampliação do bônus tecnológico para as micro e pequenas empresas e para as entidades de artesanato, para que elas possam ter o acesso direto aos serviços de metrologia e certificação de conformidade. - Implantação de instrumentos que possibilitem aos institutos e centros de pesquisa e tecnologia |

| Causa | Ações |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Insuficiência de instrumentos acessíveis às micro e pequenas empresas para a promoção da melhoria da qualidade da sua gestão, dos seus produtos e serviços, e do design. - Pouca informação, sensibilização, mobilização e instrumentos que permitam a promoção de ajustes dos produtos artesanais às tendências e demandas dos mercados, por meio da qualidade e do design. - Pouca organização e estruturação do segmento artesanal. | <p>atenderem às demandas das micro e pequenas empresas, bem como das entidades de artesanato locais.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Criação de uma premiação anual para micro e pequenas empresas que tenham se destacado com inovações de produto ou produção. - Facilitação do acesso ao registro de marcas e patentes pelas micro e pequenas empresas. - Destinação, para as micro e pequenas empresas, de 20% dos recursos aplicados por órgãos federais em ações de pesquisa, desenvolvimento e capacitação tecnológica na área empresarial. Essa ação se respalda no art. 20 da Lei nº 9.841/99 (Estatuto das ME e EPP). - Desenvolvimento de instrumentos que promovam a integração entre escolas técnicas e/ou universidades e as micro e pequenas empresas. Por exemplo: estímulo ao estágio ou primeiro emprego dos estudantes daquelas instituições em micro e pequenas empresas. - Capacitação dos micro e pequenos empresários para a introdução e utilização de instrumentos voltados para o aumento da qualidade, com foco no cliente. - Realização e disponibilização de pesquisas e estudos voltados ao aperfeiçoamento do <i>design</i> dos produtos das micro e pequenas empresas e do segmento artesanal. - Formar uma rede de multiplicadores preparados para prestarem assessoramento, em especial ao segmento artesanal, nas áreas de qualidade e <i>design</i>, baseado numa metodologia, com uma linguagem acessível e específica. - Ampliar a implementação de oficinas de <i>design</i> para as micro e pequenas empresas e para o segmento artesanal. - Organização e estímulo à gestão empreendedora dos núcleos de produção artesanal, com a formação de multiplicadores e de técnicos que os possam assessorar neste campo. - Cadastramento único de entidades de artesanato no País, com disponibilização via internet. - Promoção de uma campanha de sensibilização quanto ao associativismo para o segmento artesanal. Criação de instrumento legal que diferencie a micro |

| Causa | Ações |
|-------|--|
| | <p>e a pequena empresa de artesanato e busque um único entendimento fiscal e tributário no País sobre a produção artesanal.</p> <ul style="list-style-type: none">- Formação de uma rede de multiplicadores em todo o País que possa assessorar as entidades de artesanato na melhoria dos seus produtos e na racionalização dos seus processos produtivos e o uso adequado e sustentado de matérias-primas.- Realização de <i>workshops</i> de sensibilização dos artesãos quanto à Previdência Social, gerando, como consequência, a ampliação da base de arrecadação do Governo.- Promoção de oficinas de técnicas artesanais e sua adequação às demandas dos mercados.- Promoção e divulgação do artesanato brasileiro no País e no exterior.- Ampliação da participação das representações de artesanato dos estados em feiras, exposições e missões no País e no exterior.- Provimento de infra-estrutura física e equipamentos para o atendimento de artesãos das Coordenações de Artesanato dos Estados e do Distrito Federal.- Preparação dos artesãos para o processo de comercialização, considerando questões como embalagens, custos, atendimento e outros itens com foco no cliente.- Desenvolvimento de parcerias com a iniciativa privada voltadas para a redução dos custos com matéria-prima para os artesãos e geração de maior competitividade dos seus produtos.- Estruturação de novos canais de comercialização para o artesanato.- Organização das informações sobre as ações governamentais para os artesãos, por meio da internet e de um boletim periódico.- Implantação de linhas de crédito ou microcrédito para o atendimento do segmento artesanal.- Implantação de centros de artesanato comunitário nos municípios e ampliação dos Telecentros de Informação e Negócios para esse segmento.- Criação de instrumentos voltados para a prospecção de mercado para o segmento artesanal.- Organização dos pólos produtivos de artesanato. |

| Causa | Ações |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Escassez de instrumentos voltados para a conscientização quanto às questões de meio ambiente. Falta de informações sobre manejo sustentável de matéria-prima. - Dificuldade de acesso e escassez de pesquisas sobre as matérias-primas utilizadas, seu tratamento e possibilidades de substituição, incluindo-se a reciclagem. | <ul style="list-style-type: none"> - Elaboração e edição de um catálogo, inclusive eletrônico, com produtos selecionados (como um piloto) para comercialização, abrangendo todos os estados e o Distrito Federal. - Realização de pesquisas voltadas para o segmento artesanal. - Ampliação e instrumentalização de acordos de cooperação internacional para o segmento artesanal. - Formação de lideranças capacitadas, inclusive em comercialização, dentro das entidades de artesanato, como forma de se combater os atravessadores. - Criação de mecanismos de identificação, operacionalização e diferenciação das exportações de artesanato, bem como para sua certificação e para fins de propriedade intelectual de proteção à cultura brasileira. - Estímulo à estruturação e ao desenvolvimento de rotas, ao longo das rodovias, que contemplem as diversas possibilidades de turismo e o artesanato local. - Criação e implementação de mecanismos legais para adoção, pela iniciativa privada, de núcleos de produção artesanais e para o patronato de oficinas de artesanato, que estimule os "mestres artesãos" a transferirem suas técnicas para outros aprendizes locais, a exemplo da Lei da Cultura. - Desenvolvimento e edição de uma cartilha e uma campanha de conscientização sobre as questões do meio ambiente, sobre o manejo sustentável de matéria-prima e sobre as barreiras ambientais no comércio, para as micro, pequenas e médias empresas e para o segmento artesanal. - Montagem de um <i>site</i>, com <i>links</i> que facilitem e disponibilizem informações sobre pesquisas novas e já existentes sobre matérias-primas produzidas no País, o seu tratamento e possibilidades de sua substituição por parte das micro, pequenas e médias empresas e do segmento artesanal. A título de exemplo, há uma carência muito grande na parte de pesquisas e informações sobre fibras naturais. - Implementação de <i>workshops</i> para conscientização sobre as questões relacionadas ao meio ambiente. |

Para a implementação deste Programa no próximo PPA, os seguintes aspectos, relacionados à estratégia, merecem atenção:

- 1- Plano de ação com metas, prazos e responsáveis: para o segmento artesanal deverão ser desenvolvidos, para cada estado e para o Distrito Federal, um plano de ação específico.
- 2- Plano de avaliação: necessita ser criado um sistema de avaliação para mensuração dos índices dos indicadores.
- 3- Organização dos trabalhos no âmbito da gerência: deverão ser ampliados recursos humanos (técnicos do governo) para atuarem neste Programa, que hoje são poucos para fazerem frente às ações que têm abrangência nacional.
- 4- Forma de articulação com estados e municípios: no segmento artesanal, é necessário que sejam firmados convênios com os estados e com o Distrito Federal, por meio das Coordenações Estaduais de Artesanato, para a implementação das ações em todo o País.
- 5- Plano de capacitação das equipes locais: deverão ser capacitadas equipes locais para o atendimento e assessoramento às micro, pequenas e médias empresas e ao segmento artesanal.
- 6- Autonomia da gerência: é fundamental às gerências dos programas do PPA, especialmente dos estratégicos, terem autonomia sobre os recursos orçados, uma vez que prestam contas e apresentam periodicamente justificativas quanto à execução ou não de ações sob sua responsabilidade para fins de auditoria.

Para a implementação deste Programa, os seguintes mecanismos de atuação foram usados com sucesso:

- articulação permanente com outros órgãos do governo e da iniciativa privada, inclusive por meio do Fórum Permanente das ME e EPP;
- articulação permanente com os estados e municípios;
- resposta a todas as demandas apresentadas à área, o que gera credibilidade junto a sociedade;
- forma de atuação por meio do estabelecimento e do acompanhamento por resultados;
- busca de novos instrumentos e parcerias que possam auxiliar no alcance do objetivo do Programa;
- condução de uma política de negociação e de resolução de conflitos;
- aprofundamento e nivelamento de conhecimento técnico das pessoas que integram os trabalhos sobre assuntos de competência da área;
- estímulo à capacitação e ao aperfeiçoamento técnico dos profissionais envolvidos;
- articulação com os órgãos internos e externos do Ministério, importantes para a implementação do Programa;
- matriciamento e articulação de ações de outros programas e de outros órgãos em prol das ações do Programa; e
- articulação e discussões permanentes com os técnicos da área, visando ao aperfeiçoamento dos trabalhos.

Implementação

O Programa vem sendo objeto de ajustes ao longo do período 2000-2003, com inclusão e adequação de ações, em especial, visando proceder às adaptações necessárias, geradas pelo Orçamento Anual. Dessa forma, o PPA, originalmente aprovado em 21/07/2000, distancia-se de algumas ações, metas e recursos implementados neste Programa.

O contingenciamento orçamentário, o atraso na liberação de recursos e um fluxo financeiro não assegurado foram as grandes restrições enfrentadas pelo Programa. Em 2002, suas ações orçamentárias tiveram um contingenciamento médio de 74% em relação à LOA, tendo alcançado 78%, no caso da área do artesanato. Mesmo os recursos financeiros destinados a projetos de infraestrutura de micro, pequenas e médias empresas, provenientes de emendas à LOA/2002, seja em âmbito nacional ou regional, foram 100% contingenciados. Esta carência de recursos provocou cancelamento de projetos e inscrição em restos a pagar, para 2003, de compromissos empenhados em 2002. Vale ressaltar que estas restrições ocorrem a despeito de o Programa ter sido considerado estratégico pelo governo e das várias gestões efetuadas pela gerência do Programa, com vistas a garantir um fluxo financeiro constante.

Outras dificuldades encontradas foram: (1) recursos materiais insuficientes, em parte devido ao contingenciamento; (2) quantidade insuficiente de recursos humanos na equipe gerencial, tendo em vista ações de abrangência nacional, com necessidade de acompanhamento intensivo "nas pontas"; (3) lentidão na tramitação dos processos de contratação e convênios; e (4) dificuldade de acesso a informações sobre recursos disponíveis para o Programa, dada uma certa incompatibilidade entre as linhas hierárquicas e de prioridade do Ministério e o modelo de gestão por programas.

Sobre capacitação: foram disponibilizados, entre 2000 e 2002 diversos cursos de capacitação para os membros da equipe gerencial, com uma discreta participação. Dentre os cursos, inclui-se um MBA na área de empreendedorismo, que contou com a participação de cinco membros. A capacitação implementada com recursos deste Programa, dentro das suas limitações orçamentárias, para equipes responsáveis pela implementação de ações nos níveis estaduais e municipais foi bem-sucedida, porém insuficiente para uma maior abrangência do trabalho e beneficiamento do seu público-alvo.

Não foi encontrada dificuldade relevante, por parte da gerência do Programa, no que diz respeito à sua multissetorialidade, no período 2000-2002. A gerência do programa atua em articulação com outras áreas e programas do governo, a exemplo do Programa Brasil Empreendedor, coordenado pela Presidência da República, e com a iniciativa privada, buscando veicular informações para o seu público-alvo, pela internet, por meio escrito e por meio de reuniões e eventos. As ações específicas de outros ministérios referem-se aos agentes oficiais de crédito (Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil), que se utilizam de recursos extra-orçamentários para o cumprimento de suas metas. A articulação e a obtenção de informações junto a outras instituições, públicas ou privadas, ocorre em regime colaborativo, conforme os fundamentos do PPA. Observa-se, algumas vezes, que o desconhecimento da atuação de outras áreas é um fator de dificuldade para a realização de um maior número de articulações.

Foram articuladas e implementadas diversas parcerias em prol da execução do Programa. Ao longo de 2002, as entidades parceiras cumpriram a parte que lhes cabia, apesar das restrições financeiras e de recursos humanos infringidas às atividades previstas para o Governo. Bons exemplos são as ações do artesanato e do Fórum Permanente das Micro Empresas e Empresas de Pequeno Porte.

Dentre as parcerias com programas constantes do PPA 2000-2003, algumas não puderam ser refletidas neste Programa:

- 1- Parceria com programas do Ministério do Trabalho e Emprego e suas Secretarias Estaduais - ampliação da capacitação e do crédito para as micro, pequenas e médias empresas e para o segmento artesanal.
- 2- Parceria com o Ministério das Comunicações/Correios - lançamento e implementação de programa voltado para as exportações das micro, pequenas e médias empresas e do segmento artesanal.
- 3- Parceria com o Ministério das Comunicações e com o Ministério da Ciência e Tecnologia - implantação dos Telecentros de Informação e Negócio - TIN, no âmbito da Sociedade do Conhecimento.
- 4- Parceria com a Secretaria de Comércio Exterior/MDIC - implementação de ações voltadas para as micro, pequenas e médias empresas e para o segmento artesanal (Redeagentes; Aprendendo a Exportar; Portal do Exportador).

Várias parcerias vantajosas com outros programas que não pertencem ao PPA 2000-2003 foram implementadas ao longo do período 2000-2002. No entanto, por alguns problemas operacionais, não foi possível refletir essas parcerias no PPA, a exemplo do Programa Brasil Empreendedor.

A instalação e implementação do Fórum Permanente das ME e EPP representam um grande avanço institucional e um mecanismo oficial de diálogo com a iniciativa privada, para a consecução de propostas de políticas, programas e ações mais adequadas a esse segmento. Esse Fórum é formado por 48 órgãos do Governo, 47 entidades de representação das micro e pequenas empresas, além das entidades de apoio a esses segmentos empresariais, que atuam em 6 Comitês temáticos. Esses comitês já realizaram mais de sessenta reuniões, tendo utilizado nove estudos, desde 2000, nas diversas propostas já aprovadas pela Plenária do Fórum. Destaca-se o fato de que as propostas dos comitês são submetidas à Plenária do Fórum apenas quando há consenso de todas as partes.

Tanto para o segmento artesanal quanto para as micro e pequenas empresas, foi implantado um canal direto, via internet, para comunicação com esta gerência.

No segmento artesanal, ainda, são mantidas articulações e realizadas reuniões de coordenação com a participação de todos os Estados e o Distrito Federal. Além disso, todos os benefícios deste Programa são disponibilizados igualmente para todos os 26 estados e para o Distrito Federal.

Depoimentos, vídeos e relatórios arquivados pela gerência, bem como relatos que constam do *site* do Ministério, atestam a satisfação dos usuários deste Programa.

Desenvolvimento do Setor Exportador

Resultados

O Programa **Desenvolvimento do Setor Exportador** tem como objetivo principal expandir as vendas externas brasileiras com a implementação de ações que vão da promoção comercial a atividades de natureza normativa e operacional, especialmente por meio da disseminação de informações estratégicas e do aperfeiçoamento dos instrumentos de operações de comércio exterior.

A balança comercial, em 2002, apresentou o maior superávit desde 1994: US\$13,130 milhões, resultado do recorde histórico de exportações de US\$60,362 milhões, 3,7% acima do registrado em 2001 (US\$58,223 milhões, recorde anterior).

Em 2002, registra-se recorde histórico de exportações para os Estados Unidos, no valor de US\$15,5 bilhões, 8% acima do recorde anterior alcançado em 2001 (US\$14,4 bilhões).

Observa-se, também, recorde histórico das exportações para mercados com menor participação na pauta, como Ásia (26,5% de crescimento em 2002 sobre 2001), África (18,8%), Oriente Médio (14,7%) e Europa Oriental (3,3%), os quais, no conjunto, elevaram sua participação de 21,7% para 25,3%, na comparação 2002/2001. Esses dados refletem um dos principais motivos do crescimento das exportações nesse ano, que foi a capacidade dos exportadores brasileiros de diversificar os mercados de destino para seus produtos.

Alguns países para os quais foram realizadas missões comerciais, em 2002, pelo Ministério do Desenvolvimento, apresentaram aumento de participação na pauta de exportação brasileira. No total, as vendas para estes mercados representaram acréscimo de US\$2,1 bilhões, 44% dos US\$4,8 bilhões de aumento de vendas para outros países, exceto Argentina.

As principais contribuições do Programa para o quadro acima apresentado, no período 2000-2002, foram:

- Aperfeiçoamento e disponibilização, via internet, do Sistema Alice - Análise de Informações de Comércio Exterior, permitindo consultas *on-line* a dados estatísticos (a partir de janeiro de 1989) sobre comércio exterior, apoiando a tomada de decisão pelos setores envolvidos. O Alice-Web conta com mais de 16.269 usuários no Brasil e no exterior, os quais realizaram, em 2002, mais de 100 mil acessos;
- Implantação da primeira etapa do Portal do Exportador (www.portaldoexportador.gov.br), que concentra em um único endereço: (1) informações sobre órgãos, sistemas, legislação, eventos, pesquisas e assuntos variados relacionados ao comércio exterior; (2) o canal Fala Exportador, para atendimento ao público; e (3) o sistema Aprendendo a Exportar, de aprendizagem interativa. São mais de 400 *links* de informações úteis aos (potenciais) exportadores. Em 2002, o portal recebeu mais de 300.000 acessos;
- Disponibilização do sistema Vitrine do Exportador (VE), com a finalidade de promover as empresas exportadoras, proporcionando maior visibilidade aos seus produtos no mercado internacional, por meio de uma vitrine virtual;
- Modernização do Sistema Integrado de Comércio Exterior - Siscomex, destacando a atualização da legislação, a eliminação de controles

Gerente:

Ivan João Guimarães Ramalho

desnecessários e o refinamento do acompanhamento de operações de exportação e importação. Em 2002, foram emitidos cerca de seis milhões de documentos para o licenciamento dessas operações. Estes documentos, em larga maioria, são processados por análise automática no Siscomex, o que é possível graças à sistemática permanente de alimentação da malha crítica do sistema, viabilizando a atuação governamental sobre os fluxos de comércio brasileiro com o exterior. Apenas 350 mil documentos sofreram análise não automática;

- Implantação do módulo *Drawback* Eletrônico, permitindo o controle de todo o ciclo de operações de exportação amparadas pelo Regime Aduaneiro Especial de *Drawback*, na modalidade Suspensão. O módulo abrange as fases de solicitação, concessão de licenças, acompanhamento e baixa (comprovação de realização) das exportações compromissadas. É um importante instrumento para alavancagem de vendas externas, em virtude da suspensão dos tributos incorridos nas importações de insumos destinados a compor produtos finais de exportação, sem falar nos ganhos de agilidade e segurança com as operações automatizadas. Em seu primeiro ano de funcionamento, foram aprovadas no sistema mais de quatro mil operações, concedidas a 1.442 empresas, representando um compromisso de mais de US\$16 bilhões em exportações. Cerca de 80% das operações foram concedidas automaticamente;
- Ainda sobre *Drawback*/Suspensão, foi estendida a aplicação do mecanismo na importação de matérias-primas e outros insumos utilizados no cultivo de produtos agrícolas ou na criação de animais para exportação;
- Regulamentação do sistema de prestação de contas das remessas financeiras destinadas ao pagamento de pesquisa de mercado, participação em eventos e propaganda para promoção de produtos brasileiros;
- Ampliação, de 180 para 360 dias, do prazo de validade para embarque nos registros de venda de café em grão. Esta medida torna mais atrativas, para o financiador externo, as aplicações na lavoura de café e estimula a busca de recursos internacionais para a produção agrícola por produtores e agentes financeiros brasileiro;
- Redução do universo de produtos sujeitos a regras de padronização para exportação;
- Monitoramento das importações de aço, para conter os reflexos da medida protecionista adotada pelos Estados Unidos;
- Elaboração de projeto de implementação da ação governamental para o desenvolvimento de novos pólos de exportação;
- Reformulação do Informativo Secex, disponível na página do ministério (www.mdic.gov.br) e distribuído impresso a cerca de 10 mil assinantes;
- atendimentos de assessoria direta (e-mail, telefone ou pessoalmente), fornecimento de 180 relatórios estatísticos ao mês e distribuição mensal de 600 impressões da Balança Comercial e do Intercâmbio Brasil-Mercosul, por mala-direta, pelo Núcleo de Informações de Comércio Exterior - Nucex (RJ);
- Realização de estudos sobre competitividade dos setores industriais; perfil da estrutura tarifária; cultura exportadora no Brasil, barreiras comerciais às exportações (atualização), mercados da China, Reino Unido, Japão, Rússia, Índia, México, Alemanha, Canadá e França; síntese de relatórios de organismos multilaterais (CEPAL, BIRD, FMI, OMC e UNCTAD).

Os impactos sobre o público-alvo têm sido avaliados e considerados positivos. Todas as medidas adotadas no âmbito do Programa estão focadas na comunidade exportadora e visam beneficiá-la com a facilitação dos procedimentos, a redução de custos e tempos e, sobretudo, sua ampla inserção por meio de modernos canais de comunicação. Ao longo dos três últimos anos, o Programa sofreu diversas modificações, justamente para melhor adaptar-se às crescentes demandas.

Para 2003, a meta do Governo é de um aumento de 10% nas exportações brasileiras, passando de US\$ 60 bilhões para US\$ 66 bilhões.

As iniciativas previstas envolvem: (1) a adoção de medidas legais e de simplificação operacional que busquem dar maior competitividade e agregar valor ao produto brasileiro destinado ao mercado internacional; (2) promoção de novas iniciativas para o desenvolvimento de novos pólos de exportação; (3) desenvolvimento de estudos na área de comércio exterior, conclusão do sistema Radar Comercial e do módulo Radar Estado, e a divulgação dos estudos desenvolvidos no âmbito deste projeto em CD-ROM e cópias impressas; (4) manutenção, aperfeiçoamento, modernização e expansão dos sistemas de informação, de estatística e dos serviços oferecidos no *site* Portal do Exportador, incluindo: (a) melhorias na disponibilização de dados estatísticos fornecidos pelo Sistema Alice; (b) aperfeiçoamento do módulo Baixa do Drawback Eletrônico pela sua integração com o Siscomex-Exportação; (c) incorporação das operações de *Drawback*, modalidade Isenção, ao sistema *Drawback* Eletrônico; (d) reformulação e atualização da plataforma tecnológica do Siscomex-Exportação; (e) simplificação de normas operacionais; e (f) implantação do sistema de cruzamento de dados sobre licenciamento de importações e dos parâmetros da malha crítica denominada Tratamento Administrativo das Exportações e Importações; (5) expansão do número de assinantes do Informativo Secex; (6) ampliação da participação da Secex - Secretaria de Comércio Exterior - nos fóruns internacionais e multilaterais relacionados ao comércio exterior e de integração regional, inclusive missões comerciais ao exterior.

.....

A participação do Brasil nas exportações mundiais é hoje inferior a 1%, um patamar extremamente baixo se levarmos em consideração o tamanho e potencial do país. Em 1999, de um total de exportações mundiais de mais de US\$5 trilhões, o Brasil respondeu por apenas US\$48 bilhões. O Programa **Desenvolvimento do Setor Exportador** tem como objetivo principal expandir as vendas externas brasileiras, ampliando nossa participação no comércio mundial.

Concepção

O Programa **Desenvolvimento do Setor Exportador** tem como objetivo principal expandir as vendas externas brasileiras, ampliando a participação do País no comércio mundial. Para tanto, vem adotando as seguintes estratégias: (1) a ampliação da participação de produtos tradicionais e incorporação de novos produtos à pauta de exportação, (2) a conquista de mercados potenciais, (3) o engajamento de novas empresas à atividade exportadora, e (4) a desconcentração de origem, destino e produtos de exportação.

Como impacto social, estima-se que um crescimento de US\$1 bilhão nas vendas externas resulte na criação de 60 mil novos empregos.

As ações do Programa atuam da promoção comercial a atividades normativas e operacionais, mas os resultados alcançados são ainda majoritariamente influenciados por fatores externos, como as flutuações no ambiente econômico, a insuficiência de linhas de crédito, infra-estrutura, barreiras externas, dentre outros.

Embora adequadas, as ações implementadas não podem, por si só, atender todas as demandas necessárias ao alcance do objetivo. Outras ações relacionadas ao comércio exterior estão sendo implementadas por outros órgãos governamentais. Cabem melhorias na sinergia entre os diversos atores, no sentido de otimizar os resultados, evitar atividades descoordenadas, desperdício e duplicidade de esforços.

As ações desenvolvidas pelo Programa estão concentradas na Secretaria de Comércio Exterior - SECEX, o que facilita sua coordenação e acompanhamento.

Implementação

O Programa conta com recursos suficientes e, embora sujeito a contingenciamento orçamentário ocorrido no exercício de 2002, não passou por dificuldades insuperáveis na realização das ações previstas. Muitas delas foram realizadas em parceria com o Programa Cultura Exportadora. O não atingimento de algumas metas deu-se, em sua maior parte, em virtude de questões operacionais, não diretamente relacionadas à execução orçamentária. Em geral, nota-se a necessidade de maior entrosamento entre os diversos atores envolvidos com a temática do comércio exterior.

Com relação aos recursos humanos, o quadro da Secex, majoritariamente responsável pelo programa, encontra-se em fase de crescimento, com a criação da carreira de Analista de Comércio Exterior, com três concursos públicos realizados. O contingente precisa ainda ser treinado, devendo apresentar resultados somente a médio e longo prazos.

O Programa não conta com mecanismo institucional de participação da sociedade em decisões específicas, mas é favorecido pela estreita convivência com a clientela final, seja direta ou por intermédio de suas representações setoriais.

O contato permanente com o público-alvo é feito fundamentalmente por meio do canal Fala Exportador do Portal do Exportador e lançado em 2001. Pelo modo como foi construído, é possível quantificar e qualificar a satisfação da clientela usuária.

Design Brasil

Resultados

O Programa **Design Brasil** vem trabalhando em consonância com os Fóruns de Competitividade das Cadeias Produtivas e o Programa de Qualidade, visando ao aumento das exportações e ao fortalecimento da Marca Brasil no mercado externo.

A disseminação e o reconhecimento da cultura do *design* na indústria, por setores organizados, empresas e mesmo profissionais (individualmente), incrementaram a competitividade do produto nacional. Seu *design*, qualidade e custo são reconhecidos internacionalmente, alcançando colocações de destaque e premiações importantes. Dentre eles, destacam-se: dezesseis prêmios nos EUA e Europa para o setor de Gemas e Jóias, um na Itália para o setor Coureiro-Calçadista, e dois na Alemanha para o Eletroeletrônico. Deverá ainda ser lançado, em parceria com a Agência de Promoção de Exportações - Apex, um programa de incentivo à participação em prêmios internacionais para diversos setores.

Tem-se observado um aumento nas exportações com marca própria naqueles setores, e também no de Confeccões e Moveleiro, resultado da criação de uma rede de programas e da introdução de ações de *design* nos mesmos. Conclui-se que o setor produtivo brasileiro está experimentando um amadurecimento em relação ao diferencial competitivo e à agregação de valor alcançados com o investimento em *design* e inovação. Isso se traduz em aumento de divisas para o País, e no aumento de oportunidades de ocupação e renda para a sociedade.

Outras realizações do programa: (1) a criação do Programa Via Design, para disseminar a cultura de *design* junto às micro e pequenas empresas por meio da capilaridade do Sebrae; (2) novos Núcleos de Design - NAD na estrutura do Senai; (3) desenvolvimento de 41 novos projetos pelo Centro de Design do Paraná; (4) a criação do Centro São Paulo Design; (5) o projeto de levantamento antropométrico (dimensões do corpo) do povo brasileiro, para subsidiar desenvolvimento de novos projetos; (6) a inclusão do *design* como uma Tecnologia Industrial Básica - TIB em 2002; (7) a execução dos projetos Oficinas de Design (parceria MDIC/Senai/Sebrae em quinze pólos produtivos, atendendo a dez empresas por pólo), e Universidade-Empresa (promoção do Programa Gaúcho de Design/FIERGs, com o apoio do CNPq); (8) promoção de cinquenta *workshops* sobre tendências de *design*, sendo quatorze para o pólo calçadista, dez para o moveleiro e 26 para o têxtil e de confeccões, realizados entre março e outubro de 2002; (9) produção e lançamento de caderno e CD-ROM de tendências em *design* para os mesmos setores acima, entre maio e novembro de 2002; (10) produção do livro Design & Moda, em parceria com o Instituto de Pesquisas Tecnológicas da USP - IPI e com o Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva Têxtil e de Confeccões; e (11) a conclusão do planejamento estratégico para o programa, realizado com a participação de 37 instituições dos setores público e privado, representantes de ensino e pesquisa, e outros ligados ao *design*, nos dias 2 e 3 de outubro de 2002.

Concepção

O Programa **Design Brasil** surgiu como resposta à demanda identificada junto à indústria por um produto nacional mais competitivo, que traduzisse os investimentos em qualidade claramente feitos pela indústria nacional e não reconhecidos pelo mercado interno e externo. O *design* apresenta-se como ferramenta fundamental para a diferenciação do produto, agregando-lhe valor, qualidade e reduzindo o seu custo produtivo. No entanto, a inserção do *design* passa, invariavelmente, pela aculturação da sociedade brasileira, tanto do lado da produção quanto do consumo.

Gerente:

Fernanda Bocorny Messias

O Brasil apresenta um hiato em termos de capacitação profissional na área, bem como uma infra-estrutura pouco desenvolvida para realização de serviços de qualidade em áreas do *design* como a ergonomia, prototipagem rápida, modelagem tridimensional, dentre outras. Só para ilustrar as diferenças regionais, 90% dos cursos de formação localizam-se na região Sudeste que, junto com o Sul, refletem os maiores avanços no *design* brasileiro.

As ações e os recursos investidos pelo Programa focam a conscientização, mobilização, realização de estudos e pesquisas, capacitação técnica e gerencial dos recursos humanos, divulgação/intercâmbio de informações, promoção da produção inovadora, modernização tecnológica, disponibilização de infra-estrutura e outras atividades descentralizadas nas diversas regiões do País, respeitando suas diferenças.

O Programa deve passar por uma revisão de suas ações, de forma a refletir o plano estratégico desenvolvido, em outubro de 2002, pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, em conjunto com os atores envolvidos com o *design* brasileiro. Esta revisão deve dispensar atenção especial ao segmento das micro, pequenas e médias empresas e os núcleos artesanais.

A quantidade de marcas e patentes registradas a partir de ações do Programa poderia constituir um novo indicador para o programa.

Quanto à estratégia de implementação, as providências mais prementes são: (1) a identificação dos responsáveis pelas ações do Programa (após o devido alinhamento destas ao plano estratégico recém desenvolvido), incluindo as executadas em outros ministérios; (2) a definição do plano de implementação das ações; e (3) um plano de comunicação, expresso num cronograma (mensal) de encontros, para realinhamento dos trabalhos. Os encontros seriam espaços apropriados para as comunicações de mudança nas equipes de execução, além de ajudarem a preservar a "memória" do Programa, bastante valorizada pela equipe gerencial.

O Programa carece de recursos humanos para as tarefas de arquivologia, de articulação com os atores envolvidos com o *design*, e de captação do *feedback* do público-alvo. Os dois últimos poderiam vir da assessoria de imprensa do próprio MDIC.

As parcerias são o canal de conquistas exitosas pelo Programa, apesar de serem prejudicadas pelo contingenciamento e pela morosidade do esquema de aprovação de contratos e convênios (para atender aos projetos). Durante a execução, o acompanhamento gerencial dos projetos é feito por meio de relatórios, mas poderia ser mais eficiente se estivesse disponível um *software* de apoio. Seria um sistema de informações gerenciais do Programa, inclusive previsto pela própria metodologia usada no PPA.

Para as ações descentralizadas, repetem-se os problemas relativos à comunicação (mudança de responsáveis locais não informada à equipe gerencial), aos recursos (processo de repasse burocrático) e ao gerenciamento (ferramentas ineficientes).

A supervisão, articulação e coordenação multisetorial estão baseadas muito mais em boa vontade que num compromisso formal de execução das ações delegadas. Maior efetividade seria garantida com a execução do plano de ação mencionado acima.

Implementação

As parcerias e os convênios firmados são os instrumentos que garantem a viabilidade do Programa. Um exemplo claro foi o convênio assinado em 2001 com o Senai e o Sebrae nacional que garantiu o desenvolvimento das oficinas de *design*, realização de *workshops* e publicação de caderno e CD-ROM de tendências em 2002. Além deste, foram desenvolvidos workshops para os setores de confecções com a Associação Brasileira de Instituições de Pesquisa, Inovação e Tecnologia - Abipit. O comprometimento destes parceiros representa também a participação das organizações da sociedade e de diversos setores produtivos no Programa. O Sebrae, por exemplo, lançou um edital para a criação de um Centro e dois Núcleos de Design em cada estado da Federação, com uma destinação de R\$ 19 milhões. A Abipit, por sua vez, realizou uma série de *workshops* levando a cultura da gestão do *design* a importantes pólos produtivos pelo país. Outras entidades participativas são a Associação Brasileira de Embalagens - ABRE e Associação Brasileira do Móvel - Abimóvel.

Por outro lado, algumas ações do Programa precisaram ser canceladas ou descontinuadas em função do contingenciamento de recursos, que impediu a equipe gerencial de assumir compromisso de cumprimento de metas físicas ou financeiras com determinados parceiros. Exemplos são a frustração da abertura de novas turmas de oficinas de *design* demandadas pelos pólos produtivos e a indisponibilidade de publicações sobre *design* (edição esgotada).

A centralização e a falta de processos adequados referentes à ordenação de despesas também dificultam a gestão mais eficiente do programa. Sem autonomia sobre seus recursos, o gerente ainda tem grande dificuldade de inserir as prioridades do Programa na agenda do ministério. Processos de comunicação e decisão mais sistematizados (de preferência automatizados), inclusive envolvendo unidades extra-Ministério, são necessários para uma maximização dos resultados do Programa.

Ainda assim, percebe-se uma evolução do assunto *design* nas diversas instâncias de governo, com destaque para o Ministério da Ciência e Tecnologia. O MCT teve o entendimento que *design* fazia parte das Tecnologias Industriais Básicas - TIB, e destinou R\$ 3 milhões às instituições sem fins lucrativos que já prestassem serviço em *design*, que atendessem a pequena e micro empresa e que aumentassem em pelo menos 50% a quantidade de serviços prestados. Ainda na esfera de governo, o **Design Brasil** vem trabalhando em consonância com os Fóruns de Competitividade das Cadeias Produtivas, atendendo demandas identificadas pelos segmentos. Uma outra parceria importante, ainda a ser firmada, seria com o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual - INPI de forma a aumentar em pelo menos 100% o número de patentes e de marcas concedidas em 2001 - mais uma medida de promoção da indústria local e de potencialização da geração de emprego e renda, que provocaria o aumento da entrada de divisas, seja pela exportação ou pelo pagamento de *royalties*.

Percebe-se também que o papel de liderança exercido pelo Programa em nível nacional é fundamental para a convergência nas diretrizes, ações e projetos identificados pelos representantes das principais entidades envolvidas com *design* no País.

Não foram identificados esforços de capacitação da equipe gerencial e a satisfação do usuário ainda é mensurada por instrumentos passivos, quais sejam o *site* do Programa e *feedback* dos parceiros.

Finalmente, as principais dificuldades encontradas para o alcance das metas do Programa foram: (1) a descontinuidade na coordenação do Programa; (2) a descontinuidade da interlocução com alguns estados, que deveria ocorrer por meio de seus programas; (3) restrições financeiras (recursos para viagens), humanas (baixa especialização, quantidade insuficiente de pessoal na equipe gerencial e nas equipes locais) e materiais; (3) demora na concessão de marcas e patentes nacionais para os produtos brasileiros inovadores; (4) carência de especialistas nas demandas dos setores emergentes da economia; (5) ordenação de despesas não efetuada pelo gerente do Programa; e (6) trâmite burocrático moroso na aprovação dos projetos da área.

Financiamento às Exportações

Resultados

No ano de 2002, as exportações somaram US\$60.4 bilhões, ao passo que as importações foram de US\$47.2 bilhões. Disso resultou um superávit recorde da balança comercial de US\$13.1 bilhões. Apesar do aumento de 3,8% nas exportações (comparando o acumulado janeiro-dezembro/2002 com o mesmo período de 2001), a participação das exportações brasileiras no comércio mundial teve um crescimento modesto, frente a um menor crescimento da economia mundial. O índice encontra-se por volta de 1,0%, o que significa que a meta do PPA, de 1,2%, provavelmente não será alcançada. Contudo, tendo a maior parte do saldo comercial de 2002 ocorrido no segundo semestre do ano, puxado pelo aumento nas exportações, apresentam-se perspectivas otimistas para a elevação da atual relação de exportações no comércio internacional.

Em que pese o não atingimento da meta estabelecida pelo PPA, algumas considerações acerca do desempenho exportador brasileiro devem ser feitas:

- em 2002, as vendas brasileiras aumentaram para a maioria dos mercados, com destaque para os EUA, apesar do desaquecimento da demanda americana. Comparando os períodos janeiro-novembro de 2001 e 2002, houve forte crescimento das vendas para Ásia (+25,0%), com destaque para países com menor participação na pauta brasileira, tais como Cingapura (+116,4%) e Índia (+115,9%). Houve, portanto, diversificação nos países de destino da pauta.
- A forte contração da economia argentina, persistente em 2002, gerou uma redução de 58% nas exportações de manufaturados (janeiro-novembro). Este dado assume maior relevância quando consideramos que o país representa 85% das vendas de manufaturados brasileiros;
- a forte desvalorização do dólar verificada em 2002 beneficiou os setores exportadores tradicionais. As exportações básicas foram as que mais cresceram, apresentando uma variação de 9,5% (janeiro-novembro-2002/2001) - apesar de já terem partido de uma base alta em 2001 e da retração dos preços internacionais (-5,0%, considerando a totalidade dos básicos em igual período); e
- os elevados patamares do câmbio e, sobretudo, sua alta volatilidade levaram a uma situação de escassez de linhas de financiamento privado à exportação prejudicando diversos setores (e prejudicando duplamente aqueles importadores de insumos importados). A questão da falta de crédito à exportação foi parcialmente resolvida pela criação de uma linha emergencial de crédito do curto prazo (pré-embarque) junto ao BNDES.

As principais realizações do programa entre 2000 e 2002 foram:

- financiamento de longo prazo às exportações pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES: montam US\$9.6 bilhões, de 2000 a 2002. O valor total dos desembolsos em 2002 atingiu o recorde de US\$3.9 bilhões, o que representou 113,5% da meta estabelecida e 51,7% de crescimento em relação ao ano anterior. O crescimento dos desembolsos foi, em grande parte, explicado por dois fatores: crescimento das operações de pós-embarque e criação de uma linha emergencial de pré-embarque de curto prazo no valor de R\$ 2 bilhões para amenizar a escassez de financiamento pelo mercado privado verificada em

Gerente:

Renato José Silveira Lins Sucupira

2002. O Pré-embarque de Curto Prazo foi criado com um prazo menor do que a linha tradicional do BNDES (até 6 meses contra os 18 normalmente aplicados) e maior agilidade (recursos liberados em até 5 dias úteis após o protocolo). Do total da linha, foram desembolsados US\$634 milhões para 259 empresas. O ritmo crescente de apoio às exportações pode ser comprovado também pela elevação em 38% do percentual das liberações em relação a 2001. Além disso, as liberações foram bastante pulverizadas: 61% apresentam valor abaixo de US\$1 milhão. Os desembolsos para pequenas e médias empresas no mesmo período corresponderam a um recorde histórico, apresentando um crescimento de 129% em relação ao valor liberado de 2001. Dentre os esforços para o crescimento da participação das micro, pequenas e médias empresas encontra-se a criação de uma gerência específica no BNDES e a introdução de restrições no programa tradicional de Pré-embarque às Grandes Empresas a partir de março de 2001;

- financiamento e equalização de juros para promoção das exportações (ou Programa de Financiamento às Exportações - Proex): as duas linhas do Proex, Financiamento e Equalização, apoiaram exportações da ordem de US\$19,300.1, de 2000 a 2002. Somente neste ano foram US\$2,461.4 milhões de exportações efetivadas em 2002 contra US\$8,657.3 milhões em 2001, apresentando uma queda de 71%. Na modalidade Financiamento (exclusivamente para créditos pós-embarque), foram apoiadas exportações num total de US\$437,7 milhões em 2002, beneficiando 308 empresas. Embora tenha ocorrido redução de US\$22,5 milhões nos desembolsos, foram apoiadas quatorze empresas a mais que em 2001. As micro, pequenas e médias empresas - MPMEs representam 68% da carteira, mas considerando o valor das operações, os desembolsos ficaram concentrados em grandes e médias empresas, geralmente no setor de serviços. Em dezembro de 2002, foi aprovada pelo Comitê de Crédito à Exportação - CCEX uma reorientação do Proex-Financiamento para o atendimento exclusivo de MPMEs a partir de 2003. Na modalidade Equalização, as exportações apoiadas totalizaram US\$2.023,7 milhões, em 2002, montante bem inferior aos US\$8.193,1 milhões de 2001. Dois pontos merecem destaque: (1) parte do volume de recursos destinado à ação ficou retida em 2002, devido a discordâncias metodológicas em relação ao cálculo da parcela de Equalização entre diferentes órgãos do governo; (2) diferentemente da modalidade Financiamento, cada dólar gasto com Equalização é capaz de gerar mais de 17 dólares em exportações. Desta forma, em 2002 os US\$115 milhões de dólares destinados à Equalização resultaram em US\$2,023.7 milhões em exportações do Brasil apoiadas. Para ambas as modalidades cabe uma ressalva: como o orçamento do Proex é fixado em reais (R\$), a desvalorização da moeda nacional em relação ao dólar norte-americano (US\$), desde 1999, vem prejudicando a ação, dada a redução de recursos em dólar para o apoio às exportações; e
- financiamento a pequenas e médias empresas para exportação (ou Programa de Geração de Negócios Internacionais - PGNI): O PGNI atendeu um total de 5.342 empresas entre 2000 e 2002. Tendo como condutor o Banco do Brasil, foram fechados negócios da ordem de US\$,.742 milhões somente em 2002, acompanhando uma trajetória crescente desde 2000. Foram registradas 23.397 operações, das quais 85,3% com pequenas e médias empresas. O programa possui atualmente 95 gerentes de negócios e já identificou 10.000 empresas a beneficiar em todo o País. Em 2002, o PGNI atendeu a 1.955 que, apesar 2% abaixo da meta estabelecida para o exercício (2.002 empresas). Por meio do programa, 519 empresas tiveram acesso a crédito internacional pela primeira vez sob a forma de Adiantamentos de Contratos de Câmbio - ACC e Adiantamentos sobre Cambiais Entregues - ACE.

Para 2003, espera-se um crescimento das exportações brasileiras superior ao verificado em 2002 (a estimativa do governo é um incremento de 10%), em se mantendo o câmbio num patamar adequado. A Guerra no Iraque se constitui na maior ameaça à expectativa de recuperação mundial, pois, além de implicar uma elevação do preço de petróleo e derivados (com impactos diretos sobre o valor das importações e inflação), pode resultar em retração nos EUA e em outros parceiros comerciais do Brasil.

Espera-se também uma maior prioridade ao atendimento de micro, pequenas e médias empresas por parte das linhas públicas de financiamento à exportação.

.....
O alcance da meta de 1,2% de participação das exportações brasileiras nas exportações mundiais - ou a meta de US\$ 100 bilhões em exportações - está relacionada a uma série de fatores fora do alcance do governo brasileiro, tais como: o crescimento da economia mundial, crises em mercados parceiros do Brasil (como a Argentina) e oscilações nos preços internacionais. No que tange às ações em que o governo brasileiro pode interferir, o financiamento às exportações é apenas uma delas. Há questões relacionadas à infra-estrutura/logística, câmbio, tributos, promoção comercial, certificação, entre outras.

Concepção

No que diz respeito ao financiamento à exportação, podemos dizer que as principais dificuldades encontradas na economia brasileira são: (1) falhas no mercado brasileiro privado de financiamento às exportações, principalmente de médio e longo prazos e para micro, pequenas e médias empresas; (2) a dificuldade de acesso das MPMEs ao financiamento às exportações; (3) elevadas taxas de juros domésticas comparativamente às taxas internacionais; e (4) a ausência de mecanismos de seguro privado para crédito à exportação, além dos fatores exógenos, alheios à interferência governamental.

Objetivando suprir as dificuldades acima, as ações do Programa constituem-se basicamente: (1) nas linhas de crédito de médio e longo prazo do BNDES, (2) na aplicação de recursos do Proex para financiamento e equalização de juros; (3) nos atendimentos a empresas exportadoras pelo PGNI (principalmente às MPMEs); e (4) na cobertura do Seguro de Crédito à Exportação- SCE, pelo Fundo de Garantia às Exportações - FGE.

As características do Programa estão adequadas aos objetivos traçados no PPA, fazendo-se novamente a ressalva da existência de fatores exógenos relacionados principalmente à conjuntura econômica internacional.

A articulação com outras unidades do Ministério precisa ser intensificada, tornando-se contínua ao longo do ano. Também é necessário que a comunicação entre os diversos órgãos envolvidos no Programa seja melhorada, com vistas a uma maior integração e combinação de esforços para o alcance das metas.

A estratégia de atuação descentralizada e multissetorial, envolvendo diferentes executores, mostrou-se adequada e colaborou para o êxito do Programa. O destaque fica por conta do Banco do Brasil, que viabilizou o PGNI por meio de sua capilaridade (grande número de agências) no território nacional.

Quanto à supervisão e coordenação, a ação de Financiamento e Equalização de Juros para Promoção das Exportações - Proex e Seguro de Crédito estão bem suportada pelas reuniões mensais envolvendo, respectivamente, o Comitê de Crédito às Exportações - CCEX e o Conselho do Fundo de Garantia à Exportação - CFGE. Porém, a ação do PGNI carece de um mecanismo de mesma natureza.

Implementação

A forte desvalorização cambial verificada em 2002 reduziu os recursos em dólares, tendo sido adotada a suplementação orçamentária como solução para o Proex-Financiamento. No âmbito do Proex-Equalização existiram problemas relativos à liberação dos recursos em função da existência de divergências entre diferentes órgãos do governo no cálculo do valor equalizado. A solução não foi encontrada a tempo de utilizar os recursos de 2002 e, desta forma, o orçamento de 2003 deverá ser afetado, pois carregará operações concretizadas em 2002.

Em relação ao Seguro de Crédito à Exportação- SCE, cujos valores do orçamento têm como objetivo o pagamento de sinistros, devido à sua baixa utilização em 2001 e, sobretudo, ao elevado volume de sinistros provenientes da Argentina, verificou-se que os recursos destinados à ação se mostraram insuficientes em 2002. Igualmente foi necessária uma suplementação. Embora existissem recursos em caixa do FGE provenientes da arrecadação de prêmios e recuperações, estes não puderam ser usados. Faz-se necessária, para 2003, uma revisão das metas no intuito de aumentar o volume de recursos destinados ao pagamento de sinistros.

Observou-se que tanto o Proex quanto o SCE sofrem com a frustração de algumas operações que comprometem o orçamento e não se concretizam.

As parcerias firmadas mostraram-se eficientes, cabendo o fornecimento de informações de forma mais tempestiva, bem como a implementação de um mecanismo eficiente de supervisão e coordenação. O principal parceiro do Programa é o Banco do Brasil e a grande vantagem desta parceria é a capilaridade no território nacional e a estrutura adequada à execução descentralizada do PGNI. A ação executada pelo BB alcançou 97% de sua meta. Poder-se-ia estudar a possibilidade de parcerias com órgãos relacionados à inovação tecnológica, voltadas à exportação, senão neste, num outro programa inserido no contexto do mesmo macroobjetivo.

Há uma percepção de que as ações do governo no âmbito do apoio às exportações são reconhecidas e bem conceituadas pelos seus beneficiários (exportadores brasileiros). Entretanto, não existe um meio formal de pesquisa entre eles.

A quantidade e o nível de qualificação dos recursos humanos disponíveis para o Programa foram considerados satisfatórios. Da mesma forma, foram avaliados os recursos materiais e de infra-estrutura.

Gestão das Políticas Industrial, de Comércio e de Serviços

O Programa **Gestão das Políticas Industrial, de Comércio e de Serviços**, sendo de políticas públicas, não tem indicadores. Entretanto, pode-se afirmar que vem atingindo seus objetivos em função do resultado das suas ações.

Resultados

O Programa se complementa com o Programa Brasil Classe Mundial, que trabalha diretamente com as cadeias produtivas, seus gargalos e desafios, com o Programa de Desenvolvimento de Micro, Pequenas e Médias Empresas e com o Programa Brasileiro de Design.

O trabalho de coordenação, orientação e normatização dos serviços de registro público de empresas mercantis e atividades afins encontra-se em pleno desenvolvimento em todo o território nacional. A organização do Cadastro Nacional de Empresas Mercantis - CNE em implantação no País, com a cooperação das Juntas Comerciais, também vem apresentando resultados satisfatórios e dentro das expectativas esperadas. A base desta cooperação é a informatização das Juntas. Quanto maior o avanço desta ação, maiores são as facilidades para a disponibilização de dados para as empresas e suas atividades.

Os estudos na área de comércio e serviços, planejados para 2002, têm possibilidade de ocorrer somente em 2003. Os setores produtivos foram selecionados e o diagnóstico a ser produzido é fundamental para o seu desenvolvimento.

Os 28 estudos na área de tecnologia industrial, realizados entre 2001 e 2002, também evidenciam a importância do Programa enquanto instrumento do governo.

O Programa **Gestão das Políticas Industrial, de Comércio e de Serviços** foi criado com o objetivo de apoiar o planejamento, avaliação e controle dos programas nas áreas da indústria, comércio e serviços. Tem como justificativa a necessidade de formatação de instrumentos de políticas industriais, de comércio e serviços, bem como a identificação de oportunidades de investimentos. Para suprir esta carência, o Programa realiza estudos e pesquisas na área de comércio e serviços e de tecnologia industrial, os quais representam o núcleo da estratégia de implementação do Programa. O Programa é também responsável pelo desenvolvimento do Cadastro Nacional de Empresas Mercantis - CNE e por meio dele são efetuadas contribuições à Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT.

Concepção

O Programa é diretamente impactado pelas ações e definições das políticas fiscal, tributária, agrícola, de investimento na produção, de promoção às exportações, de educação e capacitação de desoneração da produção, como também dos fundos setoriais de desenvolvimento regional e das cadeias e/ou arranjos produtivos.

Contribui para a obtenção dos resultados a complementaridade de ações com o Programa Brasil Classe Mundial, com resultados perceptíveis nos fóruns de competitividade.

Gerente:

Reginaldo Braga Arcuri

A matriz de fontes de financiamento está adequada ao objetivo do Programa, desde que garantidos os recursos orçamentários e financeiros solicitados.

Implementação

As principais dificuldades encontradas pela equipe gerencial do Programa no período 2000-2002 foram de natureza financeira/orçamentária (cortes e contingenciamento de recursos). As alternativas encontradas foram a priorização de ações, o alongamento dos prazos de execução e a associação das ações previstas com as do Programa Brasil Classe Mundial. Neste esforço de maximização de resultados, teria sido valioso o estabelecimento de parcerias com o setor produtivo, que pode ainda ocorrer nos próximos anos.

A equipe envolvida no Programa não demandou um plano de capacitação, não tendo sido desenvolvidas ações neste sentido. Também não houve esforço de capacitação para implementação de ações nos níveis estadual e municipal.

Os principais parceiros do Programa são a Secretaria de Tecnologia Industrial - STI e o Departamento Nacional de Registro de Comércio - DNRC, ambos do MDIC, e a Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT. As parcerias são consideradas adequadas e os maiores ganhos dizem respeito ao compartilhamento de responsabilidade na execução das ações e ao ganho de visibilidade nos resultados obtidos. Estudam-se, no momento, parcerias com outros órgãos de governo, como o Ministério da Ciência e Tecnologia - MCT, o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas - IPEA, entre outros.

Observa-se também uma estreita relação com os programas Brasil Classe Mundial e Desenvolvimento de Micro, Pequenas e Médias Empresas, que maximiza a resultante das ações do MDIC.

Investimentos em Petróleo e Gás

O indicador Taxa de Fornecimento de Bens e Serviços Nacionais para a Indústria de Petróleo baseia-se em uma fórmula cujas fontes não têm divulgação, como o cumprimento pelas concessionárias de petróleo e gás das cláusulas de nacionalização, ou cujas informações podem ser tratadas como estratégicas pela indústria nacional e, portanto, não terem a confiabilidade adequada para a avaliação do Programa.

Portanto, da mesma forma que no relatório referente a 2001, não foi possível utilizar o indicador, devido à forma com que ele foi formulado.

Apesar de ter sido consolidado o mecanismo de leilão para concessão de exploração de campos de petróleo e gás (já em sua quarta rodada), não é possível atribuí-lo como resultado específico do Programa. As ações que compõem o Programa **Investimentos em Petróleo e Gás** fazem parte de outros programas sob a responsabilidade da Agência Nacional de Petróleo - ANP e do BNDES. Por este motivo, considera-se que o Programa não resulta em impacto para seu público-alvo, recomendando-se sua exclusão do PPA.

A quebra do monopólio de petróleo e a abertura da exploração e desenvolvimento da produção às empresas estrangeiras resultaram na criação de uma concorrência à qual as empresas nacionais não estavam habituadas. Nesse processo de abertura, deveriam ter sido criadas condições de competitividade à indústria brasileira, as quais pudessem promover o seu desenvolvimento dentro das regras da OMC.

Tratava-se de cuidar que a competitividade da indústria brasileira fosse suficiente para enfrentar as novas empresas estrangeiras. No contexto do fornecimento de bens e serviços para petróleo e gás, o objetivo era aumentar a participação da indústria nacional.

O Programa foi concebido sobre o poder de compra do governo por meio de leilões e sobre a capacidade de financiamento do BNDES. Em outras palavras, pensado com um lado de regulamentação de índices de nacionalização pela ANP por meio dos leilões e com outro lado da oferta de recursos para financiamento da produção pelo BNDES.

Esqueceu-se, todavia, de outros fatores de competitividade, como o poder de compra da Petrobrás, uma empresa pública, e a manutenção do equilíbrio fiscal entre empresas brasileiras e estrangeiras por parte das regras da Secretaria da Receita Federal, esquecimento que acabou por causar transtornos ao Programa.

A regulamentação fiscal e de aduanas, por exemplo o Regime Especial Aduaneiro - Repetro para o Setor Petrolífero, teve um impacto imenso sobre a competitividade "fiscal" das empresas brasileiras em relação às estrangeiras, favorecidas por regimes de importação temporária e isenção de imposto de importação.

Não foi possível à ANP regulamentar índices mínimos de nacionalização em virtude da necessidade de oferecer atratividade comercial nos leilões. Porém, foi criado um critério marginal de seleção das propostas, baseado na promessa de cumprimento daqueles índices pelos concessionários. As duas ações sob a responsabilidade da ANP tornaram-se, portanto, inadequadas, o que já havia sido detectado no relatório de 2001.

Resultados

Concepção

Gerente:

Sergio Ferreira de Figueiredo

Com respeito ao BNDES, nenhum esforço adicional resultou da ação correspondente, na medida em que não foram criadas novas linhas de financiamento específicas, mas apenas um arranjo gerencial sobre as linhas pré-existentes.

As ações do Programa não foram suficientes nem adequadas para o alcance do seu objetivo, já que este depende de um equilíbrio fiscal entre empresas estrangeiras e brasileiras, item considerado pelo público-alvo como o mais importante. Portanto, caberia que as políticas fiscais e de aduanas fossem consideradas como um dos fundamentos de incentivo ao desenvolvimento da indústria brasileira de petróleo e gás, e passassem a fazer parte do Programa.

O indicador global e as metas das ações sob a responsabilidade da ANP não foram adequadamente pensados, resultando no fato de que não podem ser aferidos. As ações da Agência precisariam ser modificadas, concentrando em uma que contemplasse o acompanhamento e o relato da implementação das cláusulas de nacionalização pelos concessionários.

Quanto à participação do público-alvo - os agentes da indústria de petróleo - seria importante incluir a Organização Nacional da Indústria do Petróleo - ONIP e o Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás - IBP na gestão das informações sobre o Programa.

Implementação

O Programa não apresenta execução própria por conta de que as ações nele incluídas já fazem parte de outros programas.

Há apenas uma ação orçamentária, desempenhada pelo BNDES.

Não houve esforço de capacitação da equipe gerencial nem efetivação de parcerias.

Para a avaliação de satisfação, caberia o envolvimento dos representantes da indústria de petróleo e gás, como a ONIP (cuja missão é praticamente idêntica ao objetivo deste Programa) e o IBP.

Metrologia e Qualidade Industrial

Resultados

Os indicadores do Programa **Metrologia e Qualidade Industrial**, vinculados à imagem do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Inmetro junto à sociedade, medem a amplitude da atuação da instituição, segundo a percepção de consumidores individuais ou de segmentos específicos. Para maior precisão na avaliação, os índices são obtidos junto àqueles consumidores individuais que declararam conhecer o Inmetro e citaram de forma espontânea e correta pelo menos uma atividade realizada pela instituição.

Principais resultados no período de janeiro de 2000 a dezembro de 2002:

- credibilidade do Inmetro junto à população: índice de 90% em 2002. O índice é superior ao de 2001 (86%) e à meta para 2003 (75%); e
- reconhecimento do Inmetro: índice de 40%, ainda quinze pontos percentuais abaixo da meta de 55% para 2003, repetindo o resultado de 2001.

O Programa realiza anualmente pesquisas sistemáticas junto ao público. O resultado é normalmente divulgado no encerramento do exercício, em dezembro.

As principais realizações de 2002 foram:

- mais de nove milhões de verificações de instrumentos/produtos - ação Controle Metrológico ;
- atendimento a aproximadamente 160 mil consultas técnicas;
- fiscalização de aproximadamente trinta milhões de produtos regulamentados;
- ampliação e melhoria do sistema de controle metrológico implantado no Estado de Roraima;
- coordenação, em abril de 2002, do Encontro Internacional Inmetro de Metrologia e Qualidade, o maior seminário sobre o tema já realizado no País, reunindo mais de setenta especialistas (representando 22 países) e três mil profissionais da área. Foram 50 palestras e 40 painéis, cursos, *workshops* e mesas-redondas, debatendo temas sobre metrologia científica e legal, avaliação de conformidade, exportação e barreiras técnicas; e
- elaboração do Programa de Avaliação da Conformidade da Produção Integrada de Frutas - PIF, em parceria com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA. O PIF, além de minimizar os impactos ambientais causados por agroquímicos e conferir maior proteção à saúde do consumidor propicia às frutas brasileiros maior acesso a mercados externos e superação de barreiras técnicas. Já reconhecido pela Comunidade Européia, será certamente um fator alavancador das exportações do segmento.

Embora não sejam conquistas diretas do Programa Metrologia e Qualidade Industrial, vale ressaltar duas importantes conquistas do Inmetro no período 2000-2002, que refletem a preocupação da instituição com a excelência da gestão voltada a resultados:

- Prêmio Qualidade do Governo Federal - PQGF (Categoria Ouro), em 2000. O PQGF reconhece melhorias gerenciais na direção da inovação, da redução de custos, da qualidade dos serviços e da satisfação do cidadão, por parte da organização avaliada; e

Gerente:

Armando Mariante Carvalho

- Prêmio Hélio Beltrão de Inovação na Gestão Pública Federal em 2002, com o Sistema de Planejamento e Execução Orçamentária - Siplan. O sistema permite o acompanhamento gerencial do planejamento e da execução orçamentária descentralizando a organização e trazendo a consciência de custos para o planejamento estratégico.

Alguns dos resultados esperados para 2003 são:

- implementação da verificação periódica de instrumentos utilizados na área de serviços públicos (água, gás e eletricidade);
- edição da regulamentação técnica metrológica nas áreas de saúde, segurança e meio ambiente;
- consolidação do Portal do Consumidor como instrumento de referência em defesa do consumidor;
- continuidade do aperfeiçoamento do Programa de Certificação de Extintores de Incêndio; e
- conclusão da automatização das atividades de fiscalização, utilizando sistema *Palm* nos órgãos da Rede Nacional de Metrologia Legal - RNML.

Observa-se que a consecução dos resultados do Programa está fortemente vinculada à manutenção da proposta orçamentária, à aprovação de créditos adicionais (quando for o caso) e ao uso de outras fontes/recursos não financeiros diretamente arrecadados pelo Inmetro.

Concepção

O Programa **Metrologia e Qualidade Industrial** foi delineado num quadro socioeconômico que apresentava as seguintes características: (1) consumidores cada vez mais exigentes e conscientes de seus direitos, exercendo o papel de indutores do processo de melhoria da qualidade; (2) fortalecimento e diversificação de uma rede de instituições voltadas para sua educação e proteção do consumidor; (3) inserção do País em um mundo cada vez mais globalizado, onde o controle sobre produtos importados (no que se refere aos requisitos básicos de qualidade e segurança) deveria ser fortalecido; (4) acirramento da concorrência interna; (5) fortalecimento do Estado regulador; e (6) aumento da competitividade de produtos e serviços brasileiros, cuja exportação necessita ser apoiada.

O Programa apresenta-se como um importante fator para a reestruturação produtiva, pois representa uma referência para a qualidade do produto brasileiro, permitindo o balizamento do empresariado e possibilitando comparações internacionais numa economia aberta. Como é o único programa executado pelo Inmetro, acaba se identificando com o Instituto, que, no âmbito de sua missão institucional, objetiva fortalecer as empresas nacionais, aumentando sua produtividade por meio da adoção de mecanismos destinados à melhoria da qualidade de produtos e serviços.

O Programa é compatível com as orientações estratégicas, contribuindo para a consecução do macroobjetivo de ampliação da capacidade de inovação com vistas a estimular a competição no mercado interno, bem como o crescimento do setor de exportação.

Uma vez que o Programa identifica-se com a entidade, e esta vem apresentando resultados positivos sucessivos, não há necessidade premente de modificação dos atributos do primeiro. Há, no entanto, oportunidade de incrementar a execução do Programa, via redução/eliminação dos contingenciamentos/limites para pagamentos mensais, que incidem mesmo sobre os recursos diretamente arrecadados.

A forma de articulação com as parcerias é um aspecto que precisa ser melhorado na estratégia de implementação do Programa. A sugestão é institucionalizar um meio de comunicação, do tipo *e-mail*, para troca de informações sobre o andamento (realização) físico e financeiro das ações entre gerentes e executores.

Um fator crítico de sucesso do Programa do Inmetro é a execução descentralizada das ações, tanto em transferências a estados e municípios, como na forma de provisionamento direto no sistema Siafi. Um exemplo é o controle metrológico, realizado com órgãos delegados Institutos de Pesos e Medidas -IPEM e conveniados, que compõem a Rede Nacional de Metrologia Legal - RNML.

.....

A execução financeira no período de 2000 a 2001 foi muito boa, registrando-se uma execução financeira da ordem de 94% em 2001. Em contrapartida, em 2002, a execução orçamentária obedeceu aos limites de cota mensal, impedindo a realização plena dos resultados a que o Programa se propôs. A política de contingenciamento orçamentário/financeira dificultou a execução do Programa, que não teve fluxo contínuo para cumprir as obrigações referentes a contratos e convênios.

Implementação

O Inmetro tem parceria com órgãos conveniados que executam as atividades de controle metrológico e fiscalização de produtos certificados, de forma descentralizada. Nestas atividades, o desembolso ocorre antes da receita. Num contexto de restrições orçamentárias e de aprovação e limites curtos de pagamentos mensais, as atividades podem ser restringidas, gerando uma demanda nacional de fiscalização não atendida. Este é o aspecto mais crítico da atividade do Programa. Observou-se em 2002 uma frustração de receitas próprias da ordem de 12% do valor estimado de R\$ 150 milhões para o ano.

Para 2003, o Inmetro apresentou uma proposta de programação física e financeira especialmente voltada ao atendimento das demandas da sociedade brasileira.

O bom desempenho das atividades técnicas no âmbito do Programa explica-se, em grande medida, pela promoção constante da capacitação, reciclagem e aprimoramento dos funcionários, sendo grande o esforço do Instituto neste sentido. Contudo, existe dificuldade na retenção do corpo técnico, em função de diferenças significativas de salário em relação à iniciativa privada.

Os recursos materiais e de infra-estrutura também são críticos para o sucesso das ações do programa. O Inmetro, por sua natureza, precisa investir constantemente em equipamentos tecnologicamente atualizados, de forma a manter-se em igualdade com as instituições congêneres do primeiro mundo. Com isso, a instituição obtém reconhecimento internacional, fundamental ao incremento do comércio exterior. Observa-se carência de recursos também nesta matéria.

A participação da sociedade é ampla e se dá através de comitês como o Comitê Nacional de Normalização - CNN, o Comitê Brasileiro de Avaliação de Conformidade - CBAC, e o Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial - Conmetro, dentre outros (o Conmetro, embora seja um colegiado interministerial, tem como integrantes os presidentes da Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, da Confederação Nacional da Indústria - CNI e do Instituto de Defesa do Consumidor - IDEC). Nesses comitês são inclusive negociadas e definidas as prioridades de atuação do Inmetro.

A satisfação do público-alvo do Programa - a sociedade brasileira - é avaliada por meio de pesquisa direta realizada, no mínimo, uma vez por ano pelo Inmetro.

Pólo Industrial de Manaus

Resultados O faturamento do Pólo Industrial de Manaus - PIM contribui para que o PIB do estado do Amazonas apresente patamares superiores aos de alguns países da ONU, tendo como setores mais significativos os segmentos eletroeletrônicos e duas rodas, juntos representando 72% do faturamento total. Apresentou os seguintes resultados no período 2000-2002:

- aumento da taxa de evolução das exportações de 7,4% em 2000 para 11,82% em dezembro de 2002. Entre 2001 e 2002, observou-se um salto de US\$213 milhões (incremento de 25,06%) no volume de exportações. Há baixa probabilidade de alcance do índice, devido ao tratamento de terceiro país dado aos produtos da Zona Franca de Manaus. Contudo, é importante dizer da qualidade dos produtos do PIM, reconhecida por exigentes mercados consumidores como Estados Unidos, Alemanha e México;
- aumento da taxa de adensamento da cadeia produtiva de 22,7% em 2000 para 27,6% em 2002. Considera-se que o indicador terá o índice ultrapassado, dado um possível redimensionamento de 35% para 25% (final de 2003), solicitado para 2002. Tem-se por consequência direta a substituição competitiva de insumos importados por insumos locais;
- em 2002, o Conselho de Administração da Suframa - CAS, por intermédio da ação Aprovação de Projetos Industriais para Fruição de Incentivos Fiscais, aprovou 79 projetos de implantação (58% acima da meta) e 112 projetos de ampliação/diversificação/atualização (projetos referentes a plantas já instaladas, portanto, manutenção do nível de postos de trabalho existentes). Os projetos de implantação estimam, para o terceiro ano de operação, investimentos totais da ordem de US\$386.9 milhões e geração de 5.675 empregos diretos. Desde 2000, foram 653 projetos aprovados com incentivos fiscais, sendo 211 de implantação e 442 de ampliação/diversificação/atualização, com investimento total de US\$8.56 bilhões; e
- em setembro de 2002, foi realizada a 1ª Feira Internacional da Amazônia, que contou com 170 expositores e mais de 130 mil visitantes. Nas rodadas de negócios, participaram 152 empresas do Brasil e do exterior, gerando negócios na ordem de R\$ 5 milhões, 11% superior ao estimado. A partir da realização da feira, estimam-se incrementos em exportações, implantação de empresas, aproximação entre empreendedores da região e empresas estrangeiras para geração de negócios, e formação de parcerias na área científico-acadêmica.

O PIM acompanha 441 empresas (123 com certificação NBR/ISO), 1.135 projetos e 2.307 produtos, os quais geram aproximadamente 59 mil empregos diretos e 250 mil indiretos.

O volume de exportação do PIM é promissor (25,05% maior em relação a 2001), e sempre acima (3,67%) da média nacional, superando a marca de US\$1 bilhão em 2002. Este é um resultado direto da parceria entre as empresas do Pólo e a Suframa.

Gerente:

Isper Abrahim Lima

Conclusivamente, é possível afirmar que o conjunto de ações que formam o Programa, apesar da necessidade de contínuo aperfeiçoamento, está bem direcionado. Apesar do desemprego tecnológico e de toda a conjuntura econômica internacional, o nível de emprego no PIM obteve um incremento de 36,91% (59 mil empregos) em 2002, se comparado a 1999 (43.095), antes da vigência do atual PPA.

Concepção

O modelo Zona Franca de Manaus - ZFM passou por diversas crises, sendo a mais marcante a mudança na Política Industrial e de Comércio Exterior ocorrida em 1991. Apresentava-se um quadro de desequilíbrio da Balança Comercial, onde a presença do PIM no mercado exterior era inexpressiva. Essa crise perdurou por quase toda a década de 90 e teve como conseqüências diretas a queda no faturamento, a evasão e a falência de empresas instaladas no Pólo, enfim, o sucateamento do parque fabril, com redução de postos de trabalho.

A Suframa, frente a esse desafio, iniciou, em 1997, o processo de elaboração do esboço do programa a partir de estratégias capazes de: (1) fomentar as exportações da Amazônia Ocidental para equilíbrio da Balança; (2) fortalecer a estrutura produtiva do Pólo de forma competitiva, por meio do adensamento da cadeia produtiva e atração de novos investimentos; (3) aumentar o número de postos de trabalho no PIM mediante aprovação de projetos industriais; e (4) induzir a capacidade de inovação tecnológica das empresas instaladas no PIM por meio do controle dos investimentos em Pesquisa & Desenvolvimento vinculados ao Decreto 1.885, de 26.04.96. Mais recentemente, uma nova demanda gerou a criação de ações para manutenção do Distrito Industrial de Manaus (condições modernas de infra-estrutura às indústrias já instaladas e a novos empreendedores) e para promoção comercial (missões precursoras nacionais e internacionais para divulgação da Amazônia e de seus produtos). Vale ressaltar que as ações de promoção constituem o aspecto mais relevante da estratégia de implantação do Programa, pois são efetivas na atração de investimentos por meio da divulgação das vantagens existentes no Pólo (incentivos fiscais e extra-fiscais, distrito industrial e agropecuário, mão-de-obra qualificada, acumulação de competências empresariais, logística de transporte).

A execução do Programa tem evidenciado a pertinência, porém insuficiência das ações do Programa. Há oportunidades de aperfeiçoamento: (1) na consolidação de uma estrutura exportadora - com o apoio à construção do Porto de Manaus e implantação de um armazém "alfandegado" no Porto de Everglade - Flórida/EUA; (2) no apoio ao capital intelectual; (3) na redução do custo amazônico; (4) na melhoria da logística; (5) na implementação do parque tecnológico do Pólo Industrial de Manaus; e (6) na implementação de um pólo de componentes, entre outros.

O Programa necessita de aperfeiçoamento não só visando o alcance das metas, mas também a sobrevivência e consolidação do próprio modelo ZFM. Neste sentido, o Plano Estratégico da Suframa (com término previsto para dezembro de 2002) proverá um redesenho da concepção do Programa.

Implementação

No início da implementação do Programa, os recursos orçamentários foram insuficientes para realizar as metas previstas para o período, requerendo a solicitação de créditos adicionais, fato recorrente em 2002, na ação "Edição e Distribuição de Publicações sobre Oportunidades de Investimentos no Pólo Industrial de Manaus".

O Programa **Pólo Industrial de Manaus**, entre 2000 e 2002, enfrentou restrições mercadológicas e administrativas em sua execução. A mercadológica é a principal causa do não atingimento da meta de exportação, uma vez que as desigualdades tarifárias frente ao México e em relação ao Mercosul e ao Pacto Andino tiram a competitividade dos produtos do Pólo. A restrição administrativa refere-se à contratação de recursos humanos para fazer frente às demandas do público-alvo. A Suframa aguarda autorização do governo para realização de concurso público.

Nota-se um número insuficiente de servidores e do respectivo nível de qualificação. A este respeito, não houve capacitação para a equipe gerencial, dificultando ainda mais uma maior participação e envolvimento da equipe na execução do modelo. A exceção ficou por conta da participação de um multiplicador no curso de Formação de Multiplicadores do Novo Modelo de Planejamento, Orçamento e Gestão.

Todas as ações do PIM têm parcerias diretas com os diversos órgãos federais, estaduais, municipais, privados, ONGs etc., excetuando-se a de Concessão de Incentivos Fiscais para Projetos Industriais, executada diretamente pela autarquia. As parcerias são de extrema relevância para a execução do programa. Um bom exemplo é a ação Fomento às Exportações, em que o governo do estado é parceiro direto no esforço valioso de identificação de setores aptos para exportação.

A principal arena de participação, controle e acompanhamento da execução do Programa é o Conselho de Administração da Suframa - CAS, composto por: governadores dos estados e prefeitos das capitais do Acre, Amazonas, Roraima e Rondônia, classes produtoras, classes trabalhadoras, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão - MP, Ministério da Fazenda - MF, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, Ministério das Comunicações - MC, Ministério de Minas e Energia - MME, Ministério dos Transportes - MT, Ministério da Integração Nacional - MI e Banco da Amazônia S.A. - BASA.

O Programa não dispõe de um instrumento de mensuração da satisfação do usuário/beneficiário do Programa. Manifestações são registradas nas reuniões do CAS, das Câmaras Setoriais de Comércio, nas visitas institucionais do Superintendente da Suframa e equipe, ou por meio do *site* da instituição.

Propriedade Intelectual

O índice de 185.088 propriedades intelectuais protegidas já havia atingido 90% do esperado até outubro de 2002.

Resultados

Em termos qualitativos, percebe-se um aumento sensível da conscientização da sociedade brasileira sobre a importância socioeconômica do sistema de propriedade intelectual para o País, a julgar pela polêmica gerada acerca da quebra de patentes de medicamentos anti-Aids, pelas discussões sobre a adesão do Brasil ao Protocolo de Madrid, que estabelece o sistema internacional de registro de marcas, e sobre a proteção dos conhecimentos tradicionais associados à biodiversidade brasileira, com a participação direta, inclusive, da comunidade indígena brasileira. Vem colaborando para isso a intensificação da interação do Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI com o setor empresarial, com instituições científicas e tecnológicas brasileiras, organismos e escritórios de propriedade intelectual por todo o mundo, além do próprio governo. Verificou-se um aumento significativo da quantidade e qualidade da participação da instituição em eventos, reuniões e fóruns de debate nacionais e internacionais, envolvendo estas diferentes partes interessadas.

Contudo, verifica-se que os resultados apresentados, satisfatórios se comparados com as metas programadas, ainda são insuficientes para fazer frente à demanda atual e à demanda potencial da sociedade pelos serviços de proteção da propriedade industrial no Brasil. As duas principais barreiras à implementação do Programa são o contingenciamento orçamentário e dificuldades estruturais. Sobre o contingenciamento, somente em 2002 foi da ordem de 45% dos valores aprovados. Sobre as dificuldades estruturais, estas referem-se à má remuneração e insuficiência de pessoal, precariedade da infra-estrutura física e organizacional e à falta de autonomia de gestão. Para exemplificar, 294 funcionários foram dispensados em 2002; as obras de reforma do edifício-sede no Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI foram paralisadas, deixando oitenta servidores novos com dificuldades de acomodação; e foram interrompidos projetos e ações de promoção da cultura da propriedade intelectual no País.

Como consequência, sofre o público-alvo, com os constantes atrasos operacionais e com a ausência de condições adequadas de segurança e atendimento aos usuários por parte do INPI, que é a entidade executora de todas as ações do Programa. Conclui-se, finalmente, que a proposta orçamentária precisará sofrer alterações, visando o alcance das metas propostas.

Todavia, os setores diretamente interessados da sociedade brasileira (em especial o governo, as empresas e as instituições científicas e tecnológicas) ainda não estão capacitados para gerar e proteger os ativos intangíveis de propriedade intelectual (marcas, patentes, indicações geográficas, desenhos industriais, programas de computador etc.), notadamente da tecnologia desenvolvida por empresas e instituições nacionais. Mesmo dispendo de uma legislação reconhecidamente alinhada com a normativa internacional, a propriedade intelectual ainda é um privilégio conhecido e usufruído relativamente por poucos no Brasil. Isso sem considerar os desafios globalizados no campo da propriedade intelectual, como por exemplo a proteção dos conhecimentos associados à biodiversidade.

Concepção

Gerente:

José Graça Aranha

Uma evidência disso são os índices nacionais de desenvolvimento tecnológico que, medidos pelo número de patentes concedidas a titulares nacionais, no Brasil e no exterior, são bastante inferiores àqueles apresentados historicamente pelos países desenvolvidos; e, mais recentemente, e ainda mais grave, aos índices atuais de outras nações em desenvolvimento, como a Coreia do Sul e a China.

O Programa enfrenta o problema por meio da execução das seguintes ações: (1) concessão de patentes; (2) registro de marcas, indicações geográficas, desenhos industriais, programas de computador; (3) averbação de contratos de transferência de tecnologia e de franquia; e (4) disseminação de informações tecnológicas sobre patentes. Soma-se a estas uma ação de reestruturação do modelo de gestão do INPI.

Do ponto de vista sistêmico, as normas que regulam os direitos de propriedade intelectual no Brasil são executadas por diferentes órgãos governamentais, em diferentes ministérios (Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Cultura e Agricultura). O INPI (MDIC) é o responsável único pela execução da Lei da Propriedade Industrial e responde também pelo registro de programas de computador. O registro de nomes de domínio na internet é responsabilidade da Fapesp, instituição pública estadual. A proteção de cultivares fica a cargo da Agricultura e ainda há os demais ramos dos direitos de autor. Todos juntos compõem o universo da propriedade intelectual (e não só industrial). Seria pertinente uma análise da necessidade de o Programa contemplar ações no âmbito de toda a propriedade intelectual, em especial no campo do direito autoral e da proteção de cultivares.

Deve-se considerar que os produtos resultantes da promoção da cultura da propriedade intelectual ainda não foram adequadamente caracterizados na concepção do Programa. As iniciativas incluem a realização de eventos de divulgação, a edição e distribuição de publicações, a capacitação de pessoal e o assessoramento institucional. Além de programas especiais, como o Inventiva Júnior, com foco na conscientização do público infanto-juvenil para a importância da propriedade intelectual como instrumento de proteção do conhecimento ou da inventividade humana.

Quanto à estratégia de implementação do programa, deve-se investir, simultaneamente, em quatro frentes:

- capacitação da equipe (gerência e coordenação);
- conscientização dos gestores e servidores da importância do PPA e seus programas como instrumento de melhoria da qualidade e de integração dos processos de planejamento, orçamento e gestão governamental;
- comunicação interna e externa, visando dar maior visibilidade e transparência aos resultados alcançados com a execução do Programa; e
- implantação de um sistema de informações gerenciais que otimize o monitoramento da execução das ações do Programa.

Outros aspectos do Programa que precisam ser melhorados:

- plano de ação com metas, prazos e responsáveis: em especial para os projetos sem uma metodologia estruturada de acompanhamento e controle da execução, com definição clara de cronogramas detalhados;
- plano de avaliação: aprimoramento da sistemática de avaliação de desempenho das atividades e projetos, com vistas a subsidiar a definição e a implementação tempestivas de ações corretivas e/ou preventivas, bem como a melhoria contínua da concepção do Programa;

- organização do trabalho: fortalecimento da infra-estrutura de gerenciamento do programa, com ênfase na alocação e capacitação de pessoal e na implantação de sistema de informações gerenciais;
- articulação com outras unidades do Ministério: maior interação técnica e operacional tanto com a Subsecretaria de Planejamento, Orçamento e Administração - SPOA, como com o Grupo Interministerial de Propriedade Intelectual - GIPI, atualmente coordenado pela Camex, visando intensificar e sistematizar a discussão quanto à concepção, implementação e resultados do Programa;
- articulação com as parcerias: visando à melhoria do desempenho e à viabilização de formas alternativas de financiamento da execução das ações;
- articulação com outros ministérios e demais partes interessadas: criação de instância política decisória de alto nível, com vistas à articulação dos diferentes ministérios envolvidos/interessados na formulação e execução de políticas no campo da propriedade intelectual. A ênfase deverá recair no fortalecimento e na participação permanente do INPI no Grupo Interministerial de Propriedade Intelectual - GIPI;
- participação do público-alvo: implantação de mecanismos de aferição sistemática do nível de satisfação dos usuários e beneficiários do programa, bem como do nível de reconhecimento quanto à importância e efetividade dos resultados do Programa; e
- mecanismos de controle social: criação de instância administrativa que viabilize a participação organizada dos setores diretamente interessados da sociedade brasileira no processo decisório institucional, com ênfase na criação do Conselho de Administração do INPI.

Do ponto de vista estritamente operacional, a atual concepção setorial do Programa foi, sem dúvida, o aspecto que mais contribuiu para a obtenção dos resultados do Programa. Isso porque, ao limitar as interações pessoais e administrativas ao âmbito interno do INPI, a tarefa de monitoramento da execução das ações foi enormemente simplificada, compensando, assim, a necessidade de melhoria da estrutura de gerenciamento do Programa (pessoas e sistemas). Essa visão setorial, todavia, não tem a pretensão de ser a única e definitiva forma de se enfrentar os problemas, atender às demandas e/ou aproveitar as oportunidades no campo da propriedade intelectual, cabendo uma discussão mais aprofundada de suas vantagens e desvantagens.

A propriedade intelectual é, e tende a ser cada vez mais, um importante instrumento de competitividade econômica, exercendo um importante papel no processo de desenvolvimento socioeconômico dos países.

.....
O Programa teve alguns problemas em termos de execução orçamentária no período 2000-2002:

Implementação

- em 2000, o bloqueio de recursos e a aprovação de créditos no final do exercício ocasionaram impedimentos ao atingimento das metas de algumas ações;
- em 2001, liberação dos créditos nos últimos dias de dezembro interrompeu a execução das ações previstas no Plano de Trabalho IV do projeto INPI/Organização Mundial da Propriedade Intelectual - OMPI para modernização do Instituto; e

- em 2002, limites estabelecidos abaixo das necessidades do Programa e cortes via decretos de contingenciamento forçaram ajustes na execução das ações do programa, visando garantir apenas um mínimo de condições de segurança e atendimento aos clientes do INPI, já com a capacidade operacional comprometida. O contingenciamento chegou ao patamar de 35% neste ano.

Prevê-se que a execução financeira total, de 2000 a 2003, atinja apenas 69% do valor original do PPA para todo o período e apenas 62% do valor reestimado.

Sobre capacitação, apesar das oportunidades disponibilizadas ao longo do período 2000-2002, persiste a demanda da equipe gerencial quanto a treinamento sobre o Plano Plurianual, abrangendo conceitos básicos (contexto, origem, princípios e objetivos do PPA) e metodologia de elaboração e gestão dos programas.

O Programa **Propriedade Intelectual** não previa parcerias no período 2000-2002. Todavia, a evolução das restrições orçamentárias, verificada mais fortemente ao longo do atual exercício, e a demanda por recursos para fazer frente às despesas crescentes com pessoal, custeio e investimentos, são sinalizadores claros de que o estabelecimento de parcerias será cada vez mais importante para que o programa gere mais e melhores resultados para a sociedade. Além da questão dos recursos financeiros, parcerias importantes também seriam aquelas com outros programas/ações que complementam o escopo da propriedade intelectual (proteção ao direito autoral e proteção de cultivares, em especial), em complemento às ações ligadas à propriedade industrial e ao registro de programa de computadores, já previstas atualmente na concepção do Programa **Propriedade Intelectual**. Todavia, não há expectativa de estabelecimento deste tipo de parceria até o fim de 2003.

Os mecanismos de participação da sociedade no Programa são as reuniões do Grupo Interministerial de Propriedade Intelectual - GIPI, que prevê a participação de representantes da sociedade civil, quando julgado necessário para se avançar nos temas discutidos. Apesar de não ser um mecanismo perfeito, é no âmbito do GIPI que são discutidas as questões relacionadas à formulação das políticas públicas de propriedade intelectual no Brasil. Em complemento, o INPI, diretamente, promove uma série de eventos e reuniões com os setores interessados da sociedade para a divulgação e debate de temas ligados à sua área de competência no âmbito da propriedade intelectual.

Apesar da constante interação do Instituto com os usuários e demais setores interessados da sociedade, o Programa **Propriedade Intelectual** ainda não dispõe de instrumentos formais de pesquisa de satisfação, com exceção de iniciativas não padronizadas de aferição pontual da satisfação dos usuários, por meio dos serviços de informação tecnológica.