

# ESTUDO DAS INDÚSTRIAS EXPORTADORAS E POTENCIAIS EXPORTADORAS DA BAHIA



**CONEXÃO  
BAHIA MUNDO**

INTERNACIONALIZAÇÃO  
DAS PEQUENAS EMPRESAS



PELO FUTURO DA INDÚSTRIA



**CIN**

Centro Internacional de Negócios  
da Bahia



A força do empreendedor brasileiro.

## REALIZAÇÃO

Federação das Indústrias do Estado da Bahia  
Sebrae – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Bahia

### **FIEB - Federação das Indústrias do Estado da Bahia**

Presidente - Antônio Ricardo Alban  
Superintendente - Vladson Menezes  
Gerente Executivo de Desenvolvimento Industrial - Marcus Emerson Verhine

### **Equipe Técnica**

Patricia Orrico - Gerente do Centro Internacional de Negócios da FIEB  
Lila Ribeiro – Analista de Desenvolvimento Industrial  
Alice Joannon – Analista de Desenvolvimento Industrial  
Ricardo Kawabe – Gerente de Estudos Técnicos e Pesquisa da FIEB  
Giselda Federico - Especialista em Desenvolvimento Industrial  
Carlos Danilo Peres - Especialista em Desenvolvimento Industrial  
Maria Eduarda Carvalho - Estagiária

### **Sebrae – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas da Bahia**

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual – Carlos de Souza Andrade  
Diretor Superintendente - Jorge Khoury  
Diretor Administrativo e Financeiro – José Cabral Ferreira  
Diretor Técnico – Franklin Santos

### **Equipe Técnica**

Vítor Ribeiro Lopes - Gerente  
Leonardo de M Teles - Coordenador  
Márcia Suede da Motta - Analista Técnica III  
Enzo Taouil Abade - Estagiário

### **Executor**

Qualitest Inteligência em Pesquisa

### **Layout**

GCI - Gerência de Comunicação Institucional/ FIEB

### **Fechamento**

Dezembro 2021

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	METODOLOGIA .....	10
3	APRESENTAÇÃO .....	11
4	PERFIL DAS EMPRESAS POTENCIAIS EXPORTADORAS .....	11
4.1	Experiência no mercado internacional.....	12
4.2	Motivos para exportar .....	13
4.3	Plano de Internacionalização.....	15
4.4	Estrutura necessária para exportar .....	16
4.5	Capacidade potencial para exportação .....	16
4.6	Conhecimento sobre o mercado internacional .....	17
4.7	Fatores internos que devem ser aprimorados.....	18
4.8	Interesse em programas, incentivos e regimes aduaneiros especiais .....	18
4.9	Interesse em cursos de capacitação na área internacional.....	20
4.10	Conhecimento da Emissão de Certificados de Origem Digital – COD .....	21
4.11	Participação em eventos internacionais e projetos com foco no mercado internacional .....	21
4.12	Participação em projetos de promoção à exportação .....	23
5	APRESENTAÇÃO .....	24
6	PERFIL DAS EMPRESAS EXPORTADORAS.....	24
6.1	Participação das exportações no total da receita .....	25
6.2	Frequência de exportação .....	26
6.3	Modalidade de exportação e tipos de empresas .....	26
6.4	Tipo de acondicionamento do produto.....	27

6.5	Tipo de transporte da fábrica – porto/estação aduaneira	28
6.6	Principais locais de embarque das exportações	29
6.7	Principais entraves à exportação	29
6.8	Dificuldades de infraestrutura para os exportadores – Energia Elétrica	30
6.9	Dificuldades de infraestrutura para os exportadores – Transporte interno (Fábrica-Porto)	31
6.10	Dificuldades de infraestrutura para os exportadores – Aeroportuários	32
6.11	Dificuldades de infraestrutura para os exportadores – Acesso ao transporte ferroviário até o Porto	33
6.12	Etapas do processo de exportação	33
6.13	Dificuldades com a burocracia alfandegária/aduaneira	34
6.14	Principais entraves nas operações portuárias	34
6.15	Tributação   Tributos que mais afetam a competitividade das empresas exportadoras	35
6.16	Tributação   Créditos acumulados de PIS/COFINS/IIPI e não ressarcidos ou compensados	35
6.17	Ações para aumentar a competitividade	37
6.18	Ações para melhoria da infraestrutura	38
6.19	Ações de estímulo às exportações	39
6.20	Avaliação dos instrumentos governamentais de apoio ao comércio exterior	40
6.21	Perspectivas de aberturas de novos mercados	42
6.22	Projeção da empresa para as exportações em 2021	43
6.23	Fatores internos que deveriam ser aprimorados para expansão das exportações	43
6.24	Interesse em cursos de capacitação em Comércio Exterior	44
6.25	Serviços - FIEB	44

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: A empresa já realizou alguma operação internacional? . . . . .	12
Gráfico 2: Para qual(is) mercado(s)? . . . . .	12
Gráfico 3: Qual(is) motivo(s) fazem a sua empresa considerar a possibilidade de exportar seus produtos? . . . . .	13
Gráfico 4: Na visão de sua empresa, qual(is) obstáculo(s) desestimulam a realização de exportações? . . . . .	14
Gráfico 5: A empresa tem a intenção de exportar nos próximos 12 meses? . . . . .	14
Gráfico 6: Existe um plano específico para a empresa atuar no mercado internacional? . . .	15
Gráfico 7: Gostaria de desenvolver um Plano de Internacionalização? . . . . .	15
Gráfico 8: Que estrutura a empresa pensa em montar para atender à demanda internacional por seus produtos? . . . . .	16
Gráfico 9: Quanto da capacidade atual de produção poderia ser destinado para o mercado externo? . . . . .	16
Gráfico 10: O que a empresa sabe sobre o mercado internacional em seu segmento de atuação? . . . . .	17
Gráfico 11: Quais fatores internos da empresa deveriam ser aprimorados para viabilizar as exportações? . . . . .	18
Gráfico 12: Em relação aos principais programas e incentivos à exportação, bem como regimes aduaneiros especiais, indique se a empresa conhece e utiliza . . . . .	19
Gráfico 13 - Tem interesse em cursos de capacitação na área internacional? . . . . .	20
Gráfico 14: Informe em qual(is) tema(s) . . . . .	20
Gráfico 15: A empresa tem conhecimento sobre o Sistema de Emissão de Certificados de Origem Digital - COD, e Ata Carnet, implementado pela FIEB. . . . .	21
Gráfico 16: Já participou de algum evento internacional (feiras, missões, rodada de negócios etc.)? . . . . .	21

Gráfico 17: Tem interesse em participar de projetos com foco no ingresso em mercados internacionais? . . . . .	22
Gráfico 18: Informe os tipos de projetos ou ações de interesse da empresa: . . . . .	22
Gráfico 19: A empresa já participou de algum projeto de promoção à exportação? . . . . .	23
Gráfico 20: Quais projetos de promoção à exportação a empresa participou? . . . . .	23
Gráfico 21: Qual é a participação das exportações no total da receita operacional bruta em 2020? . . . . .	25
Gráfico 22: Qual é a participação de sócios estrangeiros no capital votante da empresa? . . . . .	25
Gráfico 23: Indique a situação em que a sua empresa mais se enquadra . . . . .	26
Gráfico 24: A sua empresa exporta direta ou indiretamente? . . . . .	26
Gráfico 25: No caso de ser indiretamente, qual o meio utilizado? . . . . .	27
Gráfico 26: Qual o tipo de acondicionamento do principal produto de exportação de sua empresa em 2019/2020? . . . . .	27
Gráfico 27: Qual é a modalidade mais usual para o transporte (fábrica - porto / estação aduaneira) de seu principal produto em território nacional (transporte interno), nas suas exportações em 2019/2020: . . . . .	28
Gráfico 28: Qual é a modalidade mais usual para o transporte (fábrica - porto / estação aduaneira) de seu principal produto fora do Brasil (transporte externo), nas suas exportações em 2019/2020: . . . . .	28
Gráfico 29: Os produtos da empresa foram exportados por quais portos/aeroportos? . . . . .	29
Gráfico 30: Quais são os 3 (três) principais entraves à expansão das exportações da sua empresa? . . . . .	29
Gráfico 31: Na área de infraestrutura, quanto à: Energia elétrica para o consumidor industrial, qual(is) do(s) item(s) abaixo mais impacta(m) negativamente na sua capacidade de exportar? . . . . .	30
Gráfico 32: Na área de infraestrutura, quanto à: Transporte interno (Fábrica – Porto), qual(is) do(s) item(s) abaixo mais impacta(m) negativamente na sua capacidade de exportar? . . . . .	31

Gráfico 33: Na área de infraestrutura, quanto à: Aeroportuários, qual(is) do(s) item(s) abaixo mais impacta(m) negativamente na sua capacidade de exportar? . . . . .	32
Gráfico 34: Na área de infraestrutura, quanto à: Acesso ao transporte ferroviário até o Porto, qual(is) do(s) item(s) abaixo mais impacta(m) negativamente na sua capacidade de exportar? . . . . .	33
Gráfico 35: No fluxo de exportação abaixo, indicar as 3 (três) principais etapas onde a empresa enfrenta maiores dificuldades. . . . .	33
Gráfico 36: Quais são os 3 (três) processos cuja burocracia alfandegária/aduaneira mais impacta negativamente nas operações de exportação de sua empresa? . . . . .	34
Gráfico 37: No fluxo de exportação abaixo, indicar as 3 (três) principais etapas onde a empresa enfrenta maiores dificuldades. . . . .	34
Gráfico 38: Para as incidências tributárias listadas abaixo, indique qual tributo mais afeta a competitividade dos produtos externados da sua empresa? . . . . .	35
Gráfico 39: Sua empresa possui créditos acumulados de PIS/COFINS/IPI e não ressarcidos ou compensados por período superior a três meses? . . . . .	35
Gráfico 40: Quais são as 2 (duas) principais dificuldades enfrentadas pela empresa no mecanismo de ressarcimento das contribuições PIS /Cofins recolhidos ao longo da cadeia de produção de bens exportados? . . . . .	36
Gráfico 41: Quais são as 2 (duas) principais dificuldades que sua empresa enfrenta no mecanismo de ressarcimento de IPI em decorrência da sua atividade de exportação? . . . . .	36
Gráfico 42: Quais são as 2 (duas) principais dificuldades que sua empresa enfrenta no mecanismo de ressarcimento de IPI em decorrência da sua atividade de exportação? . . . . .	37
Gráfico 43: Quais são as 2 (duas) principais medidas entre as relacionadas abaixo que, se implementadas, contribuiriam para aumentar a competitividade de sua empresa? . . . . .	37
Gráfico 44: Quanto às ações ligadas a infraestrutura, quais as 2 (duas) principais medidas que, se implementadas, contribuiriam para aumentar a competitividade de sua empresa? . . . . .	38
Gráfico 45: Quais são as 3 (três) principais áreas que o governo deveria priorizar em seu esforço para estimular as exportações? . . . . .	39

Gráfico 46: A empresa pretende realizar ações em 2021 visando abrir novos mercados exportadores? . . . . .	42
Gráfico 47: Informe os 3 (três) principais mercados. . . . .	42
Gráfico 48: Qual a projeção da empresa para as exportações em 2021, comparativamente ao volume exportado em 2019/2020? . . . . .	43
Gráfico 49: Quais os 3 (três) principais fatores internos da empresa que deveriam ser aprimorados para a expansão das exportações? . . . . .	43
Gráfico 50: Tem interesse em cursos de capacitação em Comércio Exterior? . . . . .	44
Gráfico 51: Qual o curso de capacitação na área internacional o(a) Sr.(a) tem interesse? . . . . .	44
Gráfico 52: A empresa tem conhecimento sobre o Sistema de Emissão de Certificados de Origem Digital - COD e Ata Carnet, implementado pela FIEB? . . . . .	44
Gráfico 53: Tem interesse nos serviços oferecidos pelo Centro Internacional de Negócios da FIEB para auxiliar melhor a sua empresa no que se refere à Internacionalização? . . . . .	45
Gráfico 54: Informe quais serviços abaixo lhe interessa . . . . .	45



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Estatísticas das receitas bruta por empresa . . . . .	.11
Tabela 2: Estatísticas das quantidades de funcionários por empresa . . . . .	.11
Tabela 3: Estatísticas das receitas bruta por empresa . . . . .	.24
Tabela 4: Estatísticas das quantidades de funcionários por empresa . . . . .	.24
Tabela 5: Indique a posição de sua empresa sobre cada um dos instrumentos governamentais de apoio ao comércio exterior brasileiro listados abaixo . . . . .	.40
Tabela 6: Caso a empresa conheça e não consiga utilizar alguns dos instrumentos apresentados, indique o principal fator que impede a sua utilização . . . . .	.41

## 1 INTRODUÇÃO

O Estudo das Indústrias Exportadoras e Potenciais Exportadoras da Bahia é uma publicação com o objetivo identificar as demandas e necessidades das Micro e Pequenas Empresas do Estado da Bahia que atuam ou desejam atuar no Comércio Internacional. A partir da coleta de dados com as respectivas empresas, o estudo tem a finalidade de levantar os entraves ligados à infraestrutura, incentivos e apoios, normas jurídicas, burocracias, entre outros aspectos que possam interferir na competitividade e capacidade de internacionalização.

O Estudo é constituído por duas partes. A primeira se dedica ao universo das empresas potenciais exportadoras e a segunda sobre os gargalos enfrentados pelas empresas que já exercem atividade exportadora.

## 2 METODOLOGIA

Para a seleção das empresas foi utilizada uma amostragem probabilística, aleatória, com base no faturamento, sendo: Microempresa (até R\$ 360.000,00 de faturamento bruto anual) e Empresa de Pequeno Porte (até R\$ 4.800.000,00 de faturamento bruto anual), além de empresas de outros tamanhos/portes. Destaca-se que para o público-alvo de empresas exportadoras, o universo é de 300 empresas, e de 700 empresas para as potenciais exportadoras.

A fase preparatória da pesquisa envolveu a definição dos procedimentos metodológicos que deveriam ser seguidos pelos pesquisadores. Elaboração/adequação dos instrumentos de levantamento das informações (questionários), implementação dos questionários no sistema de coleta de dados, bem como a seleção e treinamento da equipe de campo.

A coleta de dados ocorreu via CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) com as empresas constantes no plano amostral. Os pesquisadores, treinados e capacitados, realizaram as entrevistas por telefone com os responsáveis pelas empresas. Além disso, o questionário foi encaminhado, via e-mail, para os entrevistados que optaram por responder através dessa ferramenta, levando em consideração a disponibilidade e comodidade. Destaca-se que em períodos preestabelecidos, foram encaminhados lembretes (follow-up) visando aumentar a participação dessas empresas no estudo.

## EMPRESAS POTENCIAIS EXPORTADORAS

### 3 APRESENTAÇÃO

As empresas atendidas pelo PCI (Programa de Competitividade para Internacionalização/FIEB/CIN) e inscritas no Guia Industrial do Estado da Bahia com esse perfil, não possuem experiência consolidada como exportadoras, mas apresentam potencial para ingressar no mercado internacional. Essa etapa do estudo pretendeu identificar os principais obstáculos à exportação, bem como construir um ambiente mais propício aos que desejam alcançar mercados no exterior.

### 4 PERFIL DAS EMPRESAS POTENCIAIS EXPORTADORAS

A partir da análise dos dados, verificou-se que a média da receita bruta anual das empresas potenciais exportadoras é de R\$ 829.166,67, sendo a máxima R\$ 4.500.000,00 e a mínima R\$ 60.000,00.

A média de funcionários por empresa é de 15 e a mediana de 8 e o mínimo de funcionários é de 1 e o máximo de 250.

Tabela 1: Estatísticas das receitas bruta por empresa

Estatísticas	Valor
Média	829.166,67
Mediana	420.000,00
Mínimo	60.000,00
Máximo	4.500.000,00
Desvio padrão	915.527,56
Base	36

Tabela 2: Estatísticas das quantidades de funcionários por empresa

Estatísticas	Valor
Média	15
Mediana	8
Mínimo	1
Máximo	250
Desvio padrão	32,8
Base	58

## 4.1 Experiência no mercado internacional

A pesquisa com empresas potenciais exportadoras mostrou que 81,7% dos entrevistados nunca realizaram alguma operação internacional. Dos que já realizaram, 15% afirmaram que já exportaram e 3,3% que importaram.

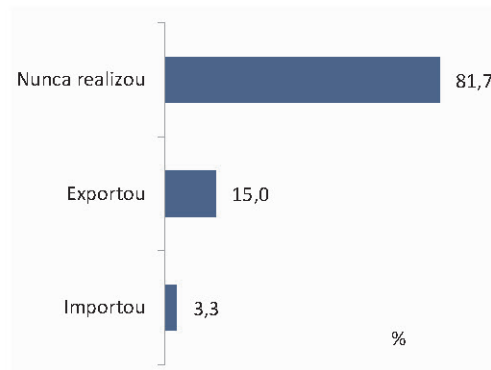


Gráfico 1: A empresa já realizou alguma operação internacional?

Dos que afirmaram já ter realizado operações internacionais, seja de exportação ou importação, 18,2% informaram como destino apenas os Estados Unidos, 9,1% América Latina, Europa e Estados Unidos e 9,1% a China.

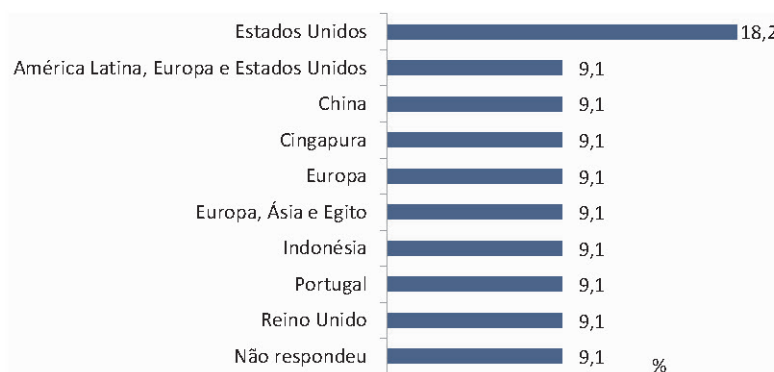


Gráfico 2: Para qual(is) mercado(s)?

## 4.2 Motivos para exportar

O principal motivo que fazem as empresas considerarem a possibilidade de exportar os produtos é a diversificação de mercados que possam gerar oportunidades de expansão e maior estabilidade (58,3%), seguido por preços internacionais atraentes (31,7%) e contatos com pessoas ou empresas do exterior interessadas em fazer negócios (20%).

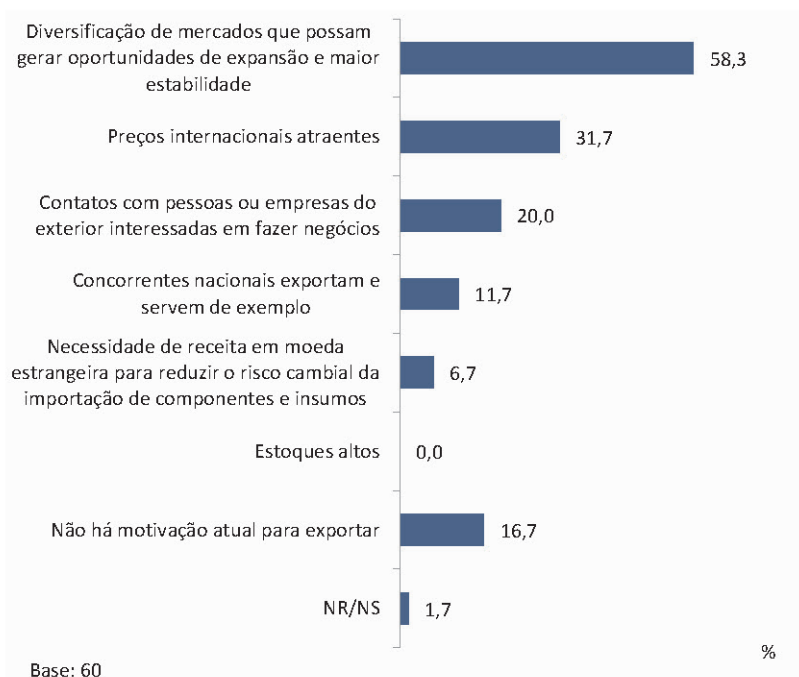


Gráfico 3: Qual(is) motivo(s) fazem a sua empresa considerar a possibilidade de exportar seus produtos?

Entretanto, 41,7% afirmaram que a burocracia alfandegária/aduaneira desestimula a realização de exportações, assim como a burocracia tributária (28,3%) e a dificuldade de acesso a potenciais compradores (23,3%). No mesmo sentido, 20% destacaram os custos portuários ou aeroportuários, 20% o desconhecimento dos processos de exportação e 16,7% o custo do frete internacional.

## ESTUDO DAS INDÚSTRIAS EXPORTADORAS E POTENCIAIS EXPORTADORAS DA BAHIA



Gráfico 4: Na visão de sua empresa, qual(is) obstáculo(s) desestimulam a realização de exportações?

Adicionalmente, das empresas potenciais exportadoras, 71,7% têm a intenção de exportar nos próximos 12 meses.

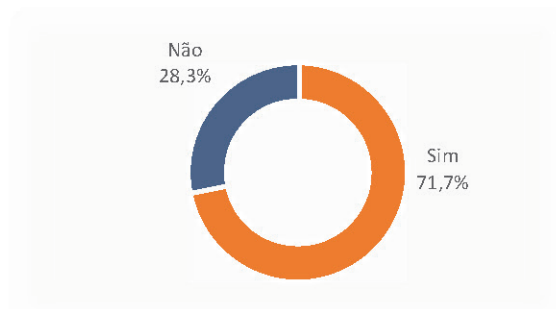


Gráfico 5: A empresa tem a intenção de exportar nos próximos 12 meses?

### 4.3 Plano de Internacionalização

Segundo a pesquisa, 83,3% das empresas consultadas não possuem um plano específico para atuar no mercado internacional.

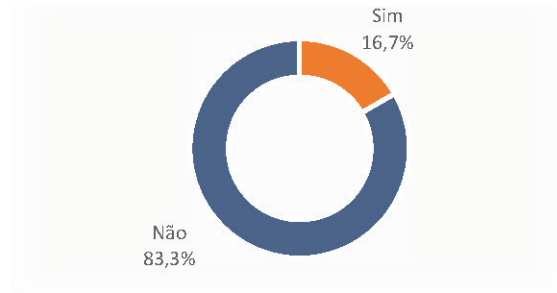


Gráfico 6: Existe um plano específico para a empresa atuar no mercado internacional?

Entretanto, a grande maioria afirmou que gostaria de desenvolver um Plano de Internacionalização (80%).

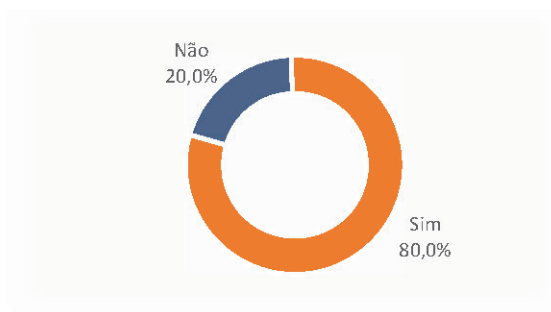


Gráfico 7: Gostaria de desenvolver um Plano de Internacionalização?

#### 4.4 Estrutura necessária para exportar

Na hipótese de exportar, 48,3% das empresas entrevistadas afirmaram que treinariam a própria equipe para atender à demanda internacional por seus produtos. 23,3% informaram que teriam uma equipe básica e terceirizaria o restante e 10% que terceirizariam totalmente. 18,3% não sabem ainda que estrutura adotariam.



Gráfico 8: Que estrutura a empresa pensa em montar para atender à demanda internacional por seus produtos?

#### 4.5 Capacidade potencial para exportação

Quando perguntado quanto da capacidade atual da produção da empresa poderia ser destinado para o mercado externo, 31,7% informaram que acima de 50%. 25% disseram de 31% a 50% e 20% responderam que não possuem capacidade atual.

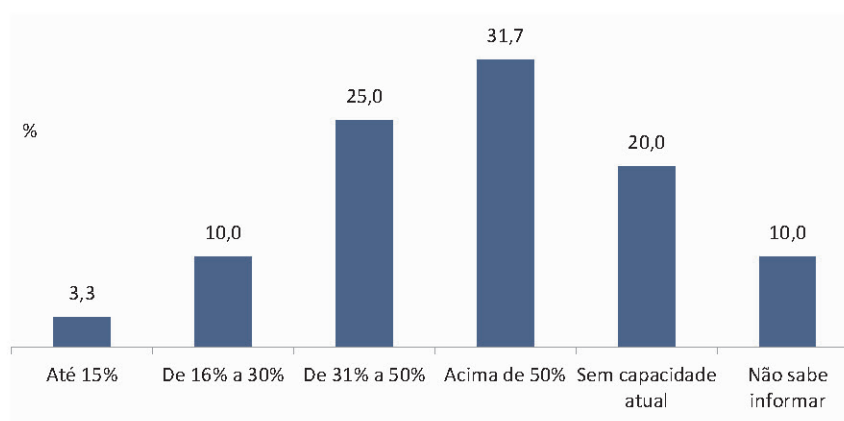


Gráfico 9: Quanto da capacidade atual de produção poderia ser destinado para o mercado externo?



## 4.6 Conhecimento sobre o mercado internacional

O desconhecimento sobre o mercado internacional dificulta a internacionalização das empresas potenciais exportadoras. De acordo com a pesquisa, 48,3% possuem informações básicas sobre o mercado internacional em seu segmento de atuação. 23,3% não sabem praticamente nada e 23,3% possuem informações mais aprofundadas obtidas em pesquisas, participação em feiras, rodadas de negócios, missões internacionais, etc.

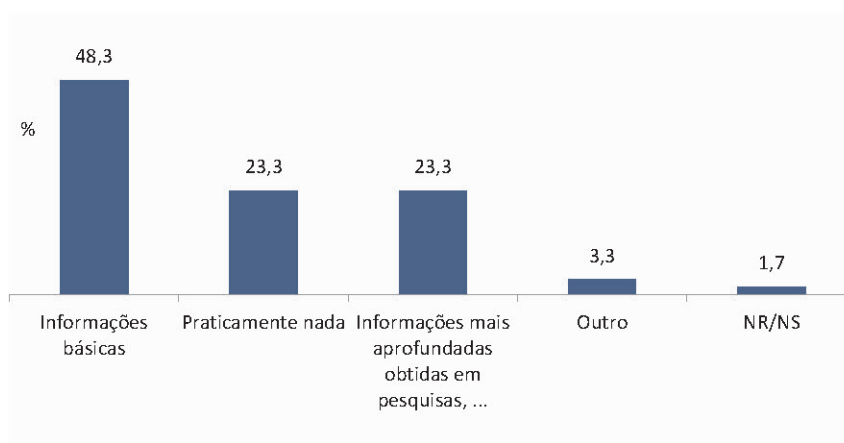


Gráfico 10: O que a empresa sabe sobre o mercado internacional em seu segmento de atuação?

#### 4.7 Fatores internos que devem ser aprimorados

Das empresas potenciais exportadoras entrevistadas, 41,7% afirmaram que o marketing interno deveria ser aprimorado para viabilizar as exportações. Outros setores citados foram o departamento comercial na busca por mercados importadores (33,3%), a qualificação dos profissionais em comércio exterior (30%), bem como estrutura/capacidade de produção (28,3%).



Gráfico 11: Quais fatores internos da empresa deveriam ser aprimorados para viabilizar as exportações?

#### 4.8 Interesse em programas, incentivos e regimes aduaneiros especiais

A maioria das empresas potenciais exportadoras não conhecem as linhas de contratos de câmbio, quais sejam, Adiantamento sobre Cambiais Entregues – ACE e Adiantamento sobre Contrato de Câmbio – ACC. Da mesma forma, mais de 80% desconhecem sobre Recinto Especial para Despacho Aduaneiro de Exportação - Redex e Porto Seco.

## ESTUDO DAS INDÚSTRIAS EXPORTADORAS E POTENCIAIS EXPORTADORAS DA BAHIA

Dos programas, incentivos e regimes aduaneiros especiais específicos para o comércio exterior, os mais conhecidos são a desoneração IPI e ICMS (32,2%), bem como a restituição do PIS/COFINS (30%).

Entretanto, 8,3% afirmaram conhecer a restituição do PIS/COFINS, contudo sem interesse em utilizá-lo. Da mesma forma, 5,1% não tem interesse em utilizar a desoneração IPI e ICMS.

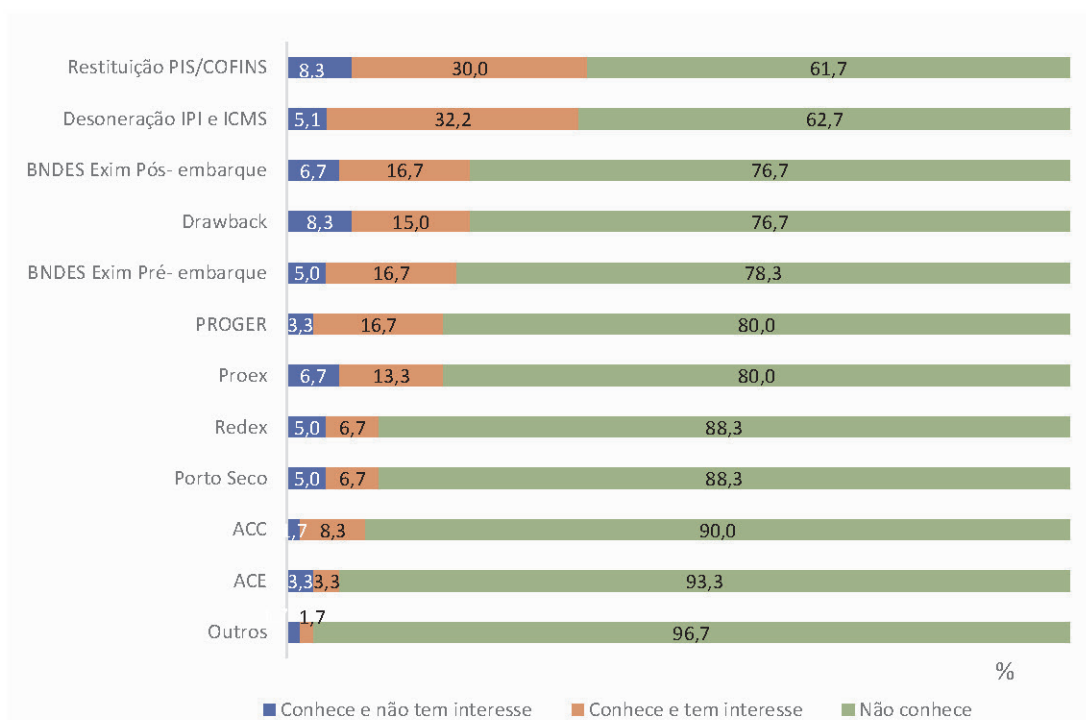


Gráfico 12: Em relação aos principais programas e incentivos à exportação, bem como regimes aduaneiros especiais, indique se a empresa conhece e utiliza

## 4.9 Interesse em cursos de capacitação na área internacional

Das empresas potenciais exportadoras, a maioria demonstrou ter interesse em cursos de capacitação na área internacional (73,3%).

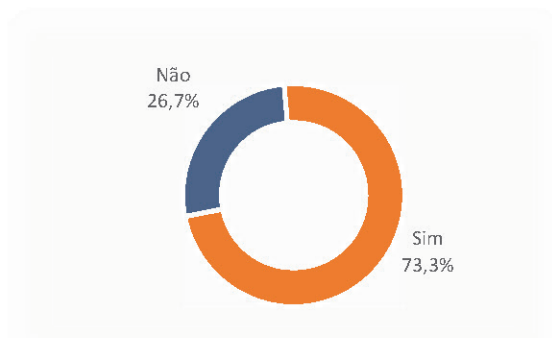


Gráfico 13 - Tem interesse em cursos de capacitação na área internacional?

Dos que afirmaram ter interesse, 72,7% informaram curso na área de comércio exterior, 63,6% em adequação de produto para exportação e 63,6% de contratos internacionais.

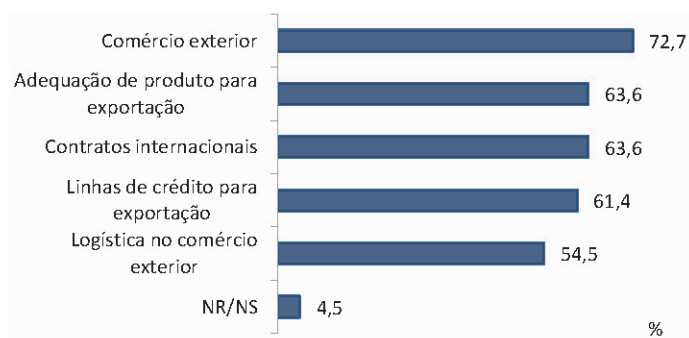


Gráfico 14: Informe em qual(is) tema(s)

#### 4.10 Conhecimento da Emissão de Certificados de Origem Digital – COD

Dos entrevistados, 43,3% informaram não conhecer sobre o Sistema de Emissão de Certificados de Origem Digital – COD. Adicionalmente, 40% afirmaram ter interesse em conhecer. O serviço envolve treinamento in company, desconto nos demais produtos e serviços oferecidos pelo CIN-FIEB, serviço de motoboy para coleta de assinatura e entrega de Certificado, e consultoria sobre regras de origem e acordos comerciais.

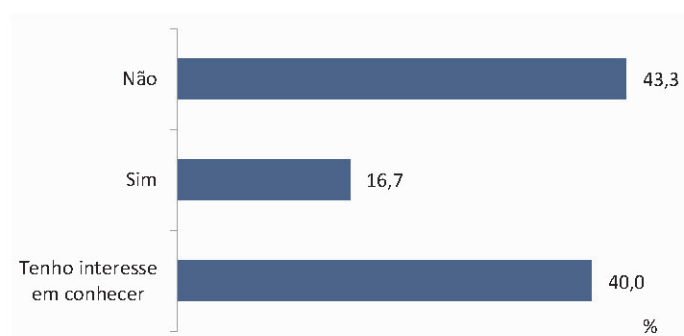


Gráfico 15: A empresa tem conhecimento sobre o Sistema de Emissão de Certificados de Origem Digital - COD, e Ata Carnet, implementado pela FIEB.

#### 4.11 Participação em eventos internacionais e projetos com foco no mercado internacional

Dos respondentes, 60% não participaram de eventos internacionais (feiras, missões, rodada de negócios, etc.)

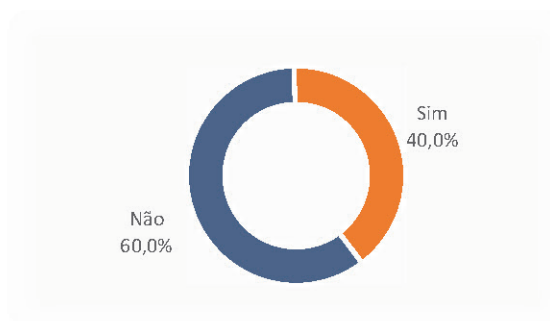


Gráfico 16: Já participou de algum evento internacional (feiras, missões, rodada de negócios etc.)?

No mesmo sentido, a maioria demonstrou interesse em participar de projetos com foco no ingresso em mercados internacionais, demonstrando o interesse de inserção no processo de internacionalização.

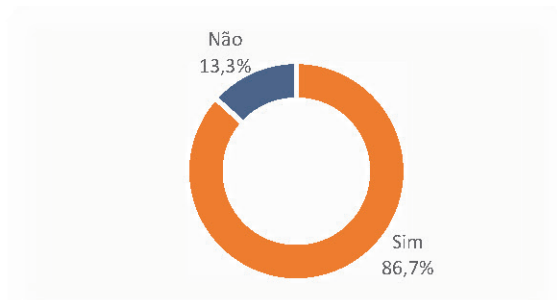


Gráfico 17: Tem interesse em participar de projetos com foco no ingresso em mercados internacionais?

Das empresas potenciais exportadoras que afirmaram ter interesse de participar de projetos/ações para inserção no mercado internacional, 50% destacaram as capacitações virtuais, 40% estudos de mercado e 38,3% feiras internacionais.

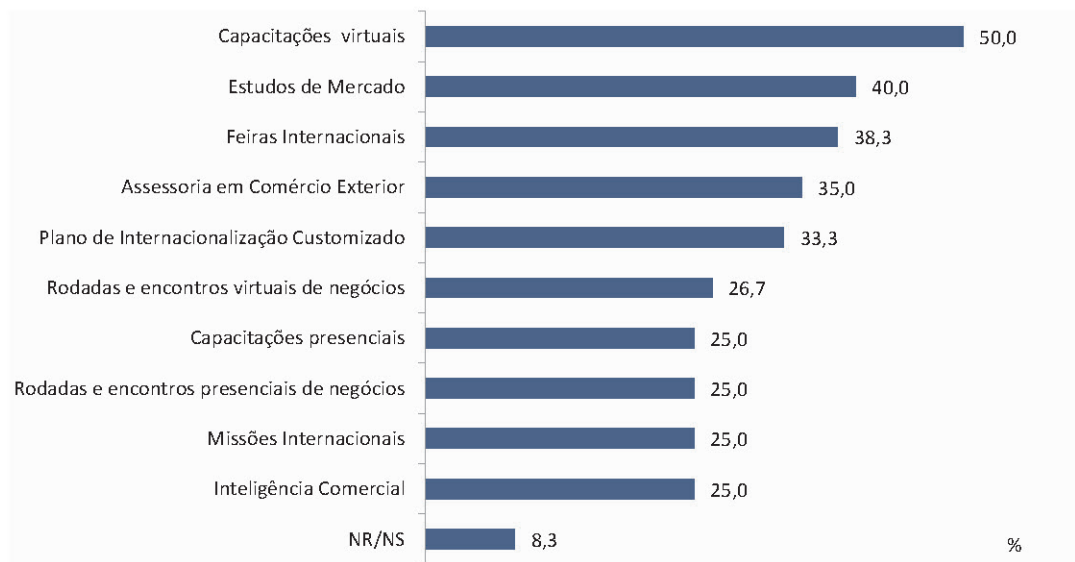


Gráfico 18: Informe os tipos de projetos ou ações de interesse da empresa:

## 4.12 Participação em projetos de promoção à exportação

Das empresas entrevistadas, 66,7% informaram não ter participado de algum projeto de promoção à exportação.

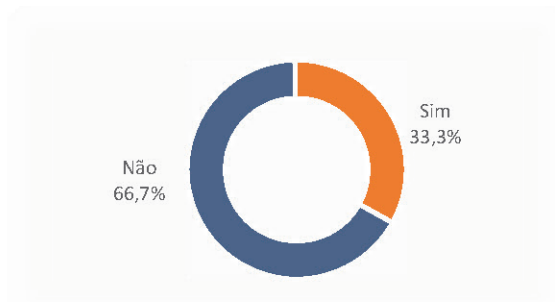


Gráfico 19: A empresa já participou de algum projeto de promoção à exportação?

Dentre as que afirmaram ter participado (33,3%), 50% participou do programa de Qualificação para Exportação oferecido pela Apex-Brasil – PEIEX.

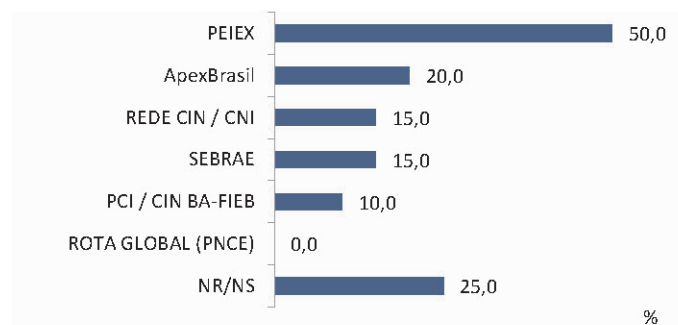


Gráfico 20: Quais projetos de promoção à exportação a empresa participou?

## EMPRESAS EXPORTADORAS

### 5 APRESENTAÇÃO

O estudo com as empresas exportadoras da Bahia tem como objetivo identificar o atual panorama do setor. Foram investigados os meios/modalidades utilizados com maior frequência para exportar e as principais dificuldades nas operações de exportação. Os resultados contribuirão na expansão de mercados para empresas que já atuam internacionalmente.

O objetivo é proporcionar a caracterização dos principais gargalos enfrentados por esse público-alvo, possibilitando a elaboração de propostas para a concretização dos mercados internacionais.

### 6 PERFIL DAS EMPRESAS EXPORTADORAS

A média da receita bruta anual das empresas exportadoras que participaram da pesquisa foi de R\$ 16.767.522,08, sendo a máxima de R\$ 29.958.338,10.

Quanto a média de funcionários, o número é de 59 e o máximo de 290.

Tabela 3: Estatísticas das receitas bruta por empresa

Estatísticas	Valor
Média	16.767.522,08
Mediana	3.300.000,00
Mínimo	218.000,00
Máximo	95.000.000,00
Desvio padrão	29.958.338,10
Base	13

Tabela 4: Estatísticas das quantidades de funcionários por empresa

Estatísticas	Valor
Média	59
Mediana	30
Mínimo	2
Máximo	290
Desvio padrão	75,0
Base	15



## 6.1 Participação das exportações no total da receita

Para a maioria das empresas entrevistadas (58,8%), as exportações foram pouco representativas no total da receita operacional bruta de 2020 – apenas 5%.

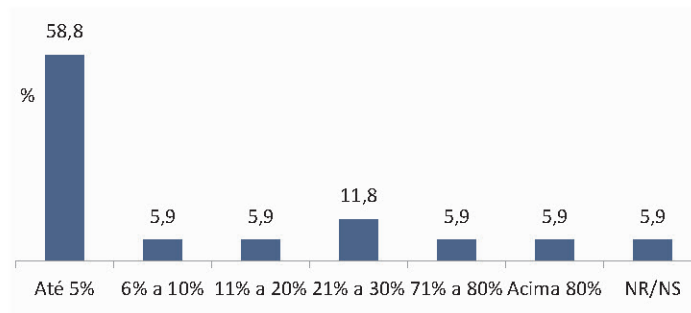


Gráfico 21: Qual é a participação das exportações no total da receita operacional bruta em 2020?

Quanto a participação de sócios estrangeiros, 88,2% informaram que não há nenhuma participação no capital volante da empresa.

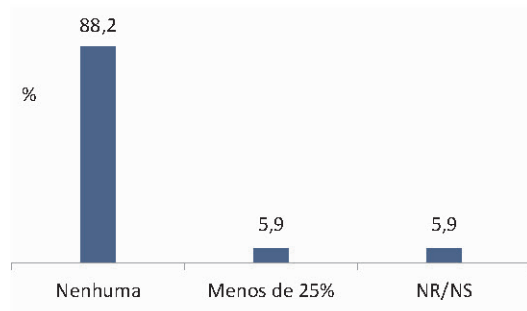


Gráfico 22: Qual é a participação de sócios estrangeiros no capital votante da empresa?

## 6.2 Frequência de exportação

Para 29,4% das empresas são raras as exportações, sendo estas associadas a uma boa oportunidade. Apenas 23,5% informaram que desde a primeira exportação, exportam continuamente, sem interrupções e 11,8% que exportam frequentemente.

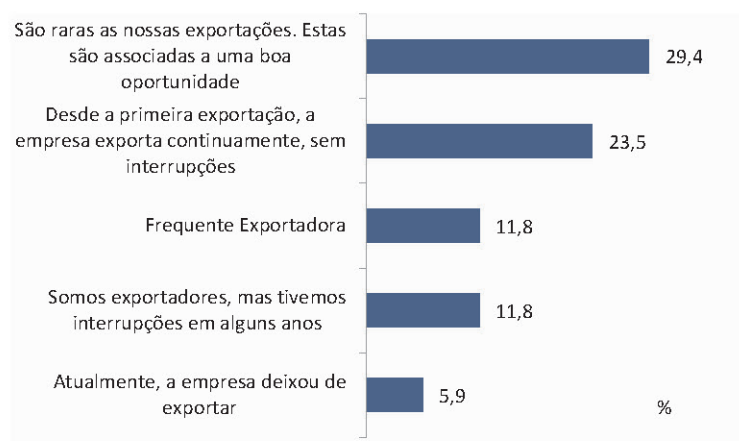


Gráfico 23: Indique a situação em que a sua empresa mais se enquadra

## 6.3 Modalidade de exportação e tipos de empresas

A maioria das empresas exportadoras entrevistadas, 64,7% afirmaram que exportam diretamente e 17,6% indiretamente. Além do mais, 17,6% informaram que exportam diretamente e indiretamente.

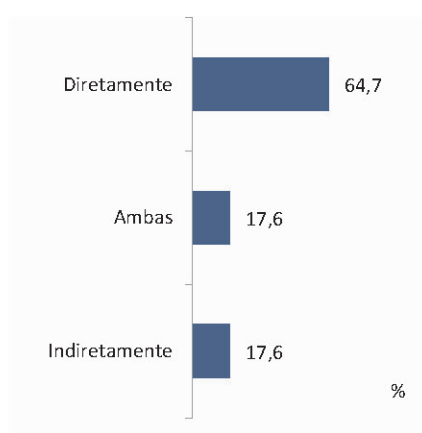


Gráfico 24: A sua empresa exporta direta ou indiretamente?

Das que informaram exportar indiretamente, 33,3% exportam via Comercial Exportadora e 16,7% via Trading Company.

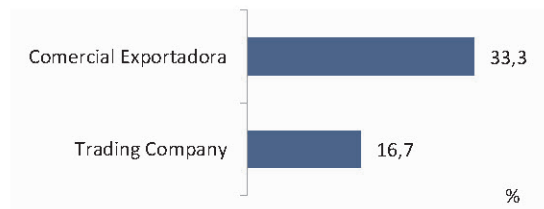


Gráfico 25: No caso de ser indiretamente, qual o meio utilizado?

## 6.4 Tipo de acondicionamento do produto

Segundo a pesquisa, 41,2% das empresas exportadoras afirmaram que o tipo de acondicionamento do principal produto de exportação (2019/2020) é a carga geral por contêiner

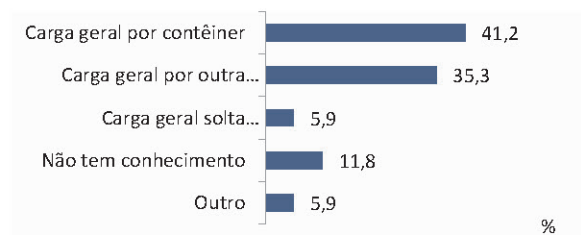


Gráfico 26: Qual o tipo de acondicionamento do principal produto de exportação de sua empresa em 2019/2020?

## 6.5 Tipo de transporte da fábrica – porto/estação aduaneira

A modalidade mais usual para o transporte do principal produto das empresas exportadoras em território nacional em 2019/2020 foi o rodoviário, com 82,4%. 11,8% informaram não ter conhecimento da modalidade mais utilizada.

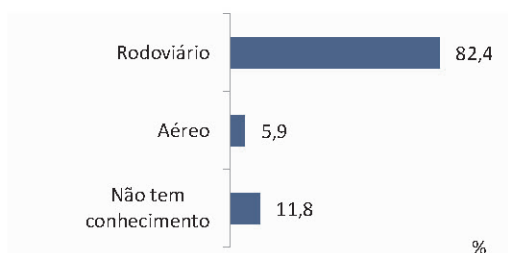


Gráfico 27: Qual é a modalidade mais usual para o transporte (fábrica - porto / estação aduaneira) de seu principal produto em território nacional (transporte interno), nas suas exportações em 2019/2020:

No mesmo sentido, quando perguntado qual a modalidade mais usual para o transporte do principal produto das empresas exportadoras fora do Brasil nos anos de 2019/2020, 41,2% informaram porto marítimo, 35,3% aeroporto e 5,9% fronteira terrestre rodoviária. 17,6% afirmaram não ter conhecimento da modalidade mais utilizada.

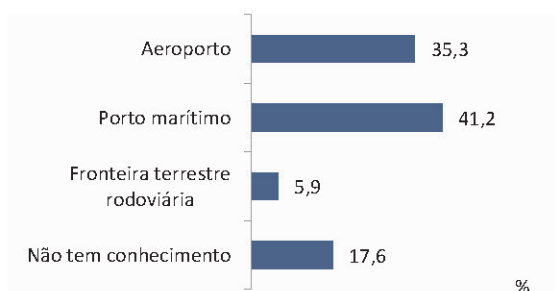


Gráfico 28: Qual é a modalidade mais usual para o transporte (fábrica - porto / estação aduaneira) de seu principal produto fora do Brasil (transporte externo), nas suas exportações em 2019/2020:

## 6.6 Principais locais de embarque das exportações

Das empresas exportadoras baianas ouvidas na pesquisa, a maioria utiliza portos/aeroportos da Bahia para exportar os seus produtos (61,5%). Seguidas por 30,8% que utilizam portos/aeroportos fora da Bahia e 7,7% que utilizam dentro e fora do estado, optando majoritariamente pelos portos/aeroportos baianos.

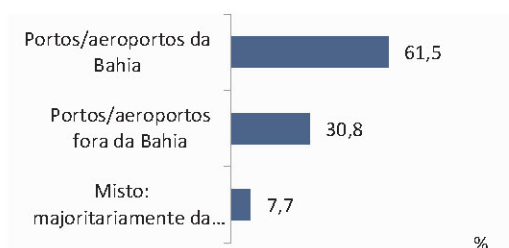


Gráfico 29: Os produtos da empresa foram exportados por quais portos/aeroportos?

## 6.7 Principais entraves à exportação

De acordo com as empresas entrevistadas, o principal entrave à expansão da exportação da empresa é a adequação de produtos e processos para atender as demandas de compradores (23,5%). Em seguida, o segundo entrave mais citado é a burocracia alfandegária/aduaneira (23,5%). Na terceira posição, as empresas citaram o custo do frete internacional como obstáculo à expansão da exportação.



Gráfico 30: Quais são os 3 (três) principais entraves à expansão das exportações da sua empresa?

## 6.8 Dificuldades de infraestrutura para os exportadores – Energia Elétrica

Na área de infraestrutura, quanto à energia elétrica, 47,1% afirmaram que o peso dos impostos e dos encargos setoriais impacta negativamente na sua capacidade de exportar, seguido por reajustes e revisões da Agência Nacional de Energia Elétrica – ANEEL (41,2%) e qualidade de fornecimento de energia elétrica (35,3%).

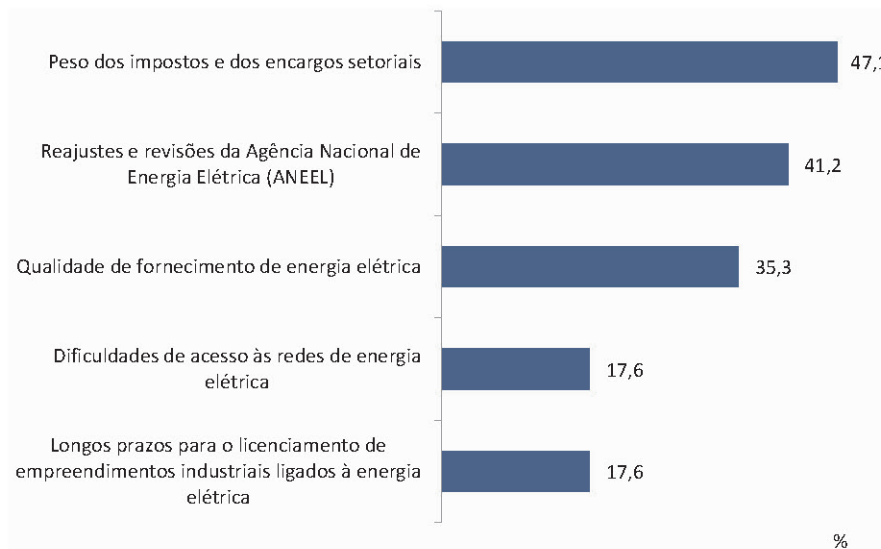


Gráfico 31: Na área de infraestrutura, quanto à: Energia elétrica para o consumidor industrial, qual(is) do(s) item(s) abaixo mais impacta(m) negativamente na sua capacidade de exportar?

## 6.9 Dificuldades de infraestrutura para os exportadores – Transporte interno (Fábrica-Porto)

Na área de infraestrutura, quanto à transporte interno (fábrica-porto), 41,2% informaram que a principal dificuldade é o custo do transporte rodoviário, 17,6% a falta de acesso ao transporte ferroviário, 17,6% o custo do combustível, 11,8% a falta de armazéns alfandegárias (EADI'S) e 11,8% a confiabilidade na entrega da mercadoria no destino.

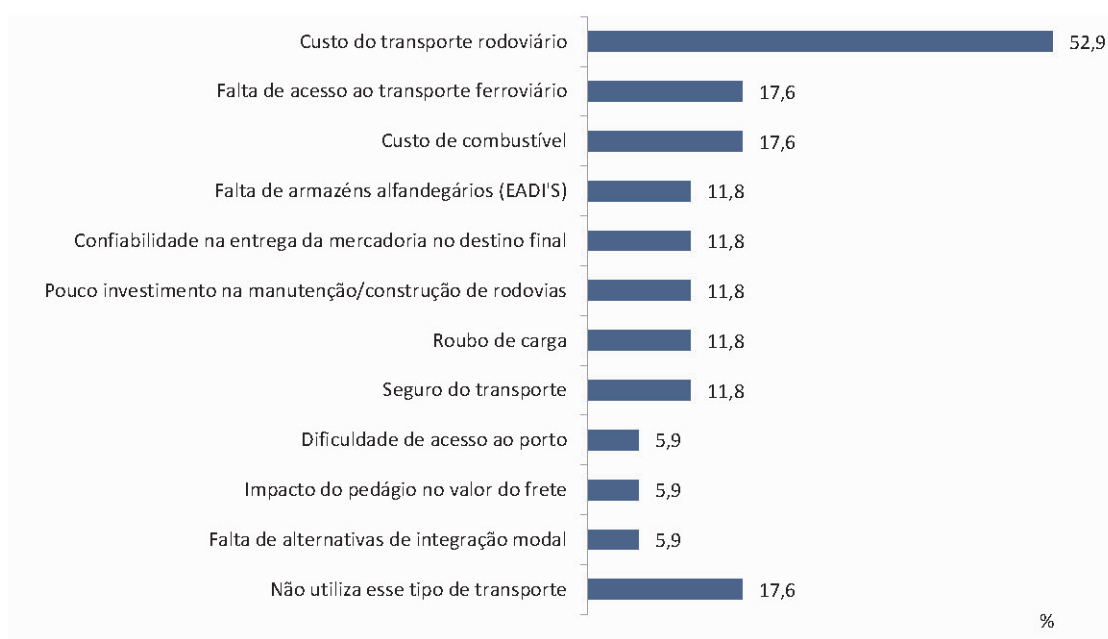


Gráfico 32: Na área de infraestrutura, quanto à: Transporte interno (Fábrica – Porto), qual(is) do(s) item(s) abaixo mais impacta(m) negativamente na sua capacidade de exportar?

## 6.10 Dificuldades de infraestrutura para os exportadores – Aeroportuários

Na área de infraestrutura, quanto à Aeroportuários, 58,8% das empresas exportadoras baianas informaram que taxas, impostos, e tarifas aeroportuárias impactam negativamente na capacidade de exportar, seguido por custo de armazenagem (41,2%), enquanto 17,6% afirmaram não utilizar esse tipo de transporte.

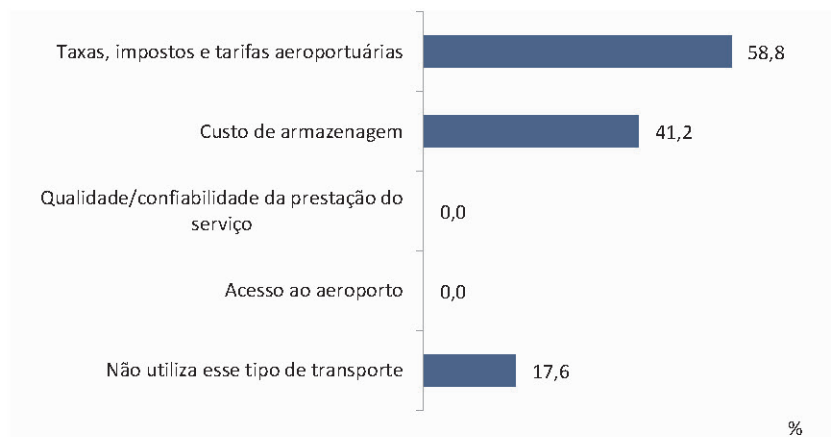


Gráfico 33: Na área de infraestrutura, quanto à: Aeroportuários, qual(is) do(s) item(s) abaixo mais impacta(m) negativamente na sua capacidade de exportar?



## 6.11 Dificuldades de infraestrutura para os exportadores – Acesso ao transporte ferroviário até o Porto

Na área de infraestrutura, quanto ao acesso ao transporte ferroviário até o porto, a maioria informou não utilizar esse tipo de transporte (64,7%). Dos que utilizam, 11,8% afirmaram que a disponibilidade do serviço impacta negativamente na capacidade de exportar, seguido por dificuldades relacionadas a linhas em áreas urbanas (acidentes, invasão em faixas de domínio, baixa velocidade média, etc.)

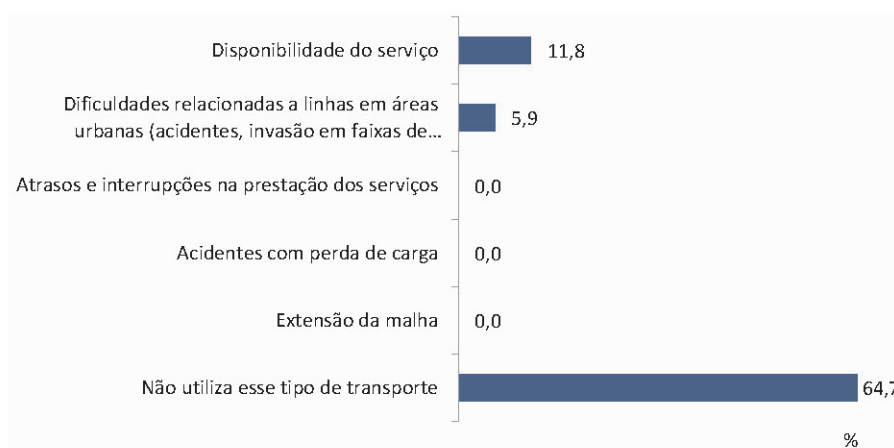


Gráfico 34: Na área de infraestrutura, quanto à: Acesso ao transporte ferroviário até o Porto, qual(is) do(s) item(s) abaixo mais impacta(m) negativamente na sua capacidade de exportar?

## 6.12 Etapas do processo de exportação

No processo de exportação, as etapas que mais apresentam dificuldades, de acordo com os entrevistados são: transporte/frete internacional (35,3%), embalagem para transporte (17,6%) e transporte/frete interno (17,6%).

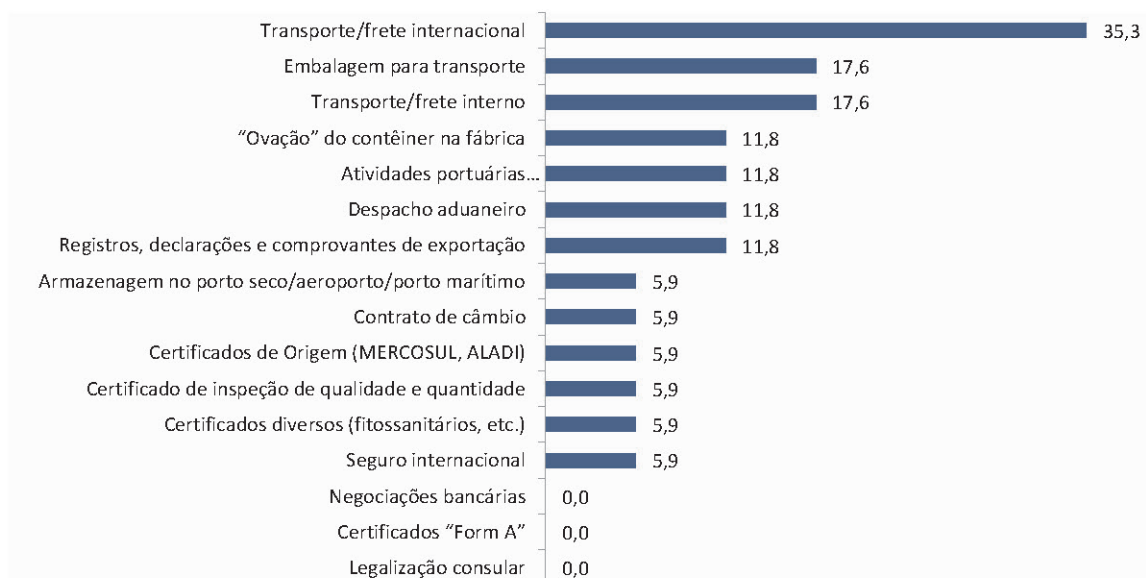


Gráfico 35: No fluxo de exportação abaixo, indicar as 3 (três) principais etapas onde a empresa enfrenta maiores dificuldades.

### 6.13 Dificuldades com a burocracia alfandegária/aduaneira

As empresas exportadoras baianas informaram que o processamento de documentos e parametrização (29,4%), o pagamento de honorários e taxas aduaneiras (23,5%) e o tempo de obtenção de anuência pelos órgãos competentes (17,6%), impactam negativamente nas operações de exportação. Das empresas consultadas, 17,6% afirmaram que nenhum processo alfandegário/aduaneiro impacta nas operações de exportações da empresa.

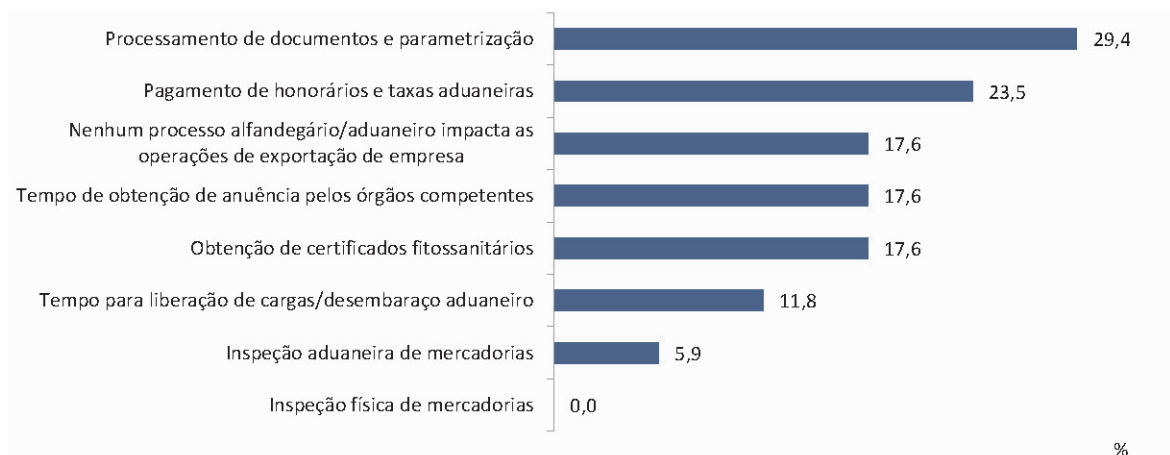


Gráfico 36: Quais são os 3 (três) processos cuja burocracia alfandegária/aduaneira mais impacta negativamente nas operações de exportação de sua empresa?

### 6.14 Principais entraves nas operações portuárias

Das empresas exportadoras baianas, 23,5% afirmaram que não encontram problemas significativos nos Portos. Para 11,8% informaram que a burocracia de órgãos públicos intervenientes da liberação da carga afetou as exportações da empresa em 2019/2020 nas operações portuárias.

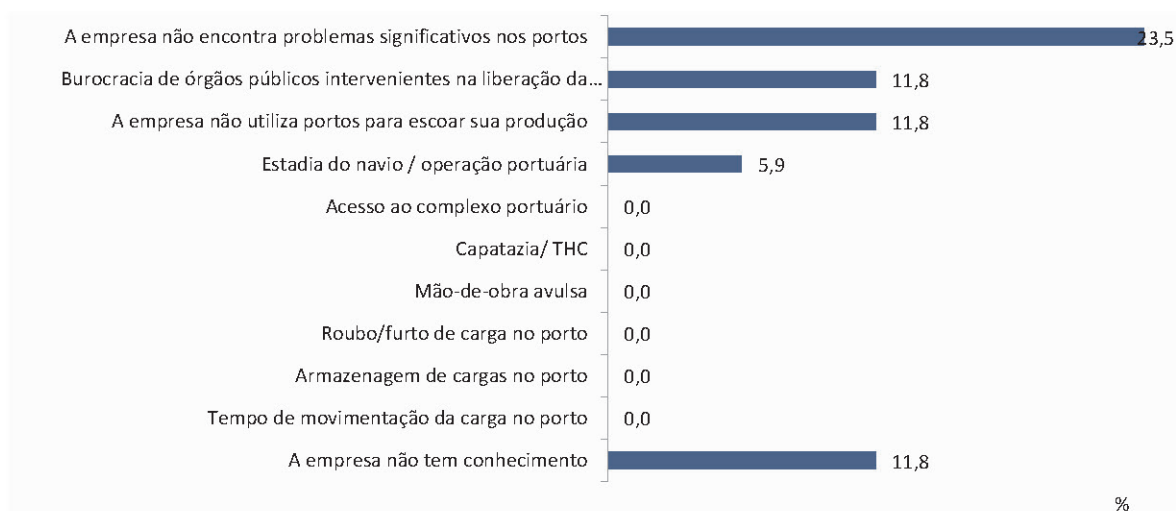


Gráfico 37: No fluxo de exportação abaixo, indicar as 3 (três) principais etapas onde a empresa enfrenta maiores dificuldades.

## 6.15 Tributação | Tributos que mais afetam a competitividade das empresas exportadoras

Em relação à tributação, 29,4% das empresas acreditam que o ICMS é o tributo que mais afeta a competitividade dos produtos externados. Para 17,6% a Contribuição para a Previdência Social – Cota Patronal (INSS) afeta a competitividade.

17,6% informaram que nenhum tributo afeta a competitividade externa dos produtos da empresa.

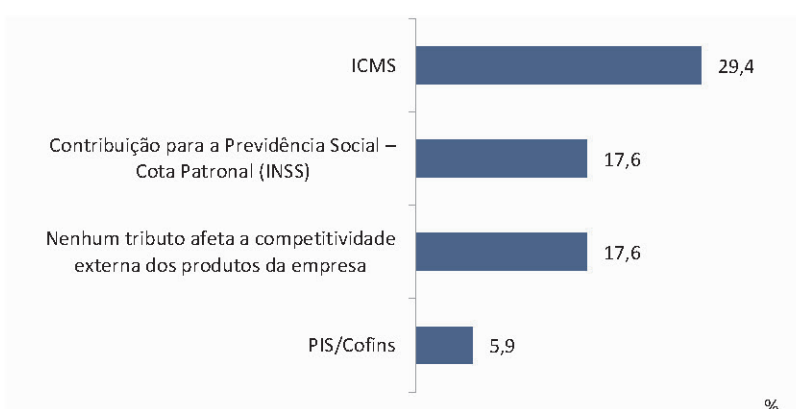


Gráfico 38: Para as incidências tributárias listadas abaixo, indique qual tributo mais afeta a competitividade dos produtos externados da sua empresa?

## 6.16 Tributação | Créditos acumulados de PIS/COFINS/IPI e não ressarcidos ou compensados

Dos entrevistados, a maioria não possui créditos acumulados, não ressarcidos ou compensados de PIS/COFINS/IPI por período superior a 3 (três) meses (88,25%).

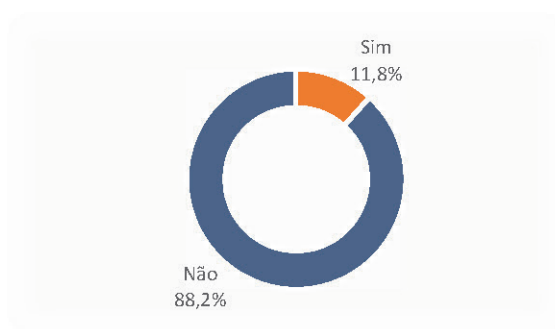


Gráfico 39: Sua empresa possui créditos acumulados de PIS/COFINS/IPI e não ressarcidos ou compensados por período superior a três meses?

Neste segmento, 50% informaram que a principal dificuldade encontrada no mecanismo de ressarcimento das contribuições PIS /COFINS recolhidos ao longo da cadeia de produção de bens exportados é a demora na homologação dos pedidos de compensação. Da mesma forma, 50% afirmaram ser a demora no ressarcimento dos créditos em espécie.

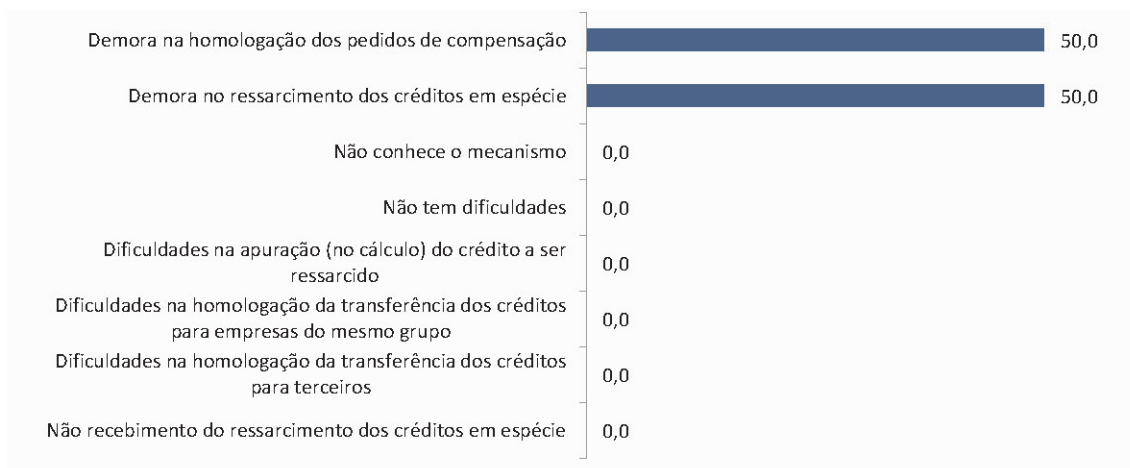


Gráfico 40: Quais são as 2 (duas) principais dificuldades enfrentadas pela empresa no mecanismo de ressarcimento das contribuições PIS /Cofins recolhidos ao longo da cadeia de produção de bens exportados?

Quanto ao IPI, 50% das empresas exportadoras baianas entrevistadas informaram que não conhecem o mecanismo de ressarcimento em decorrência da atividade de exportação.

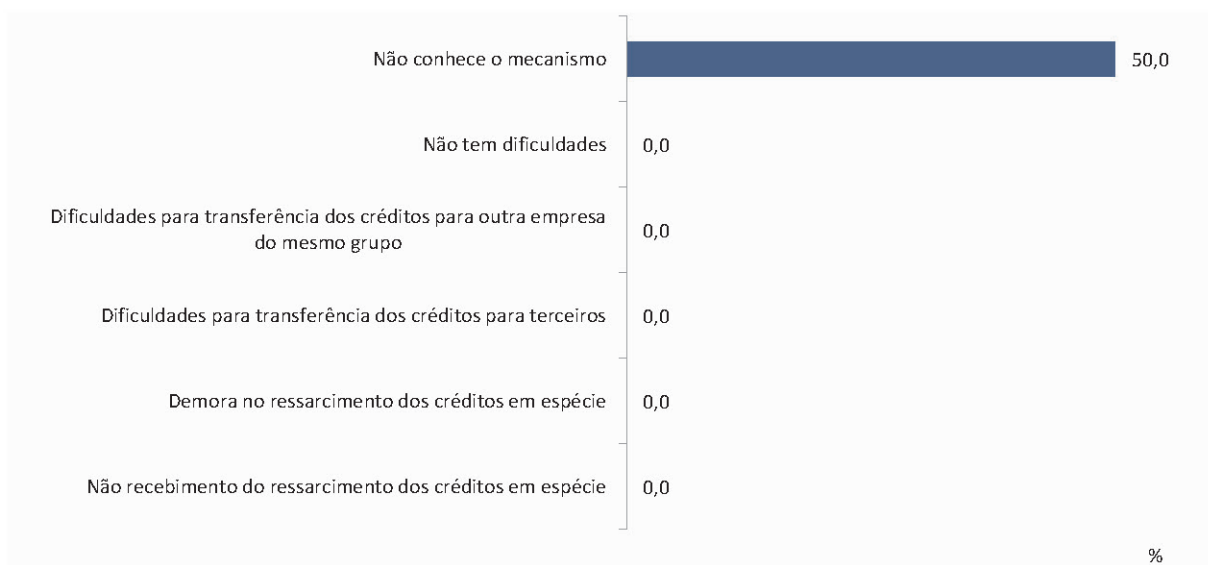


Gráfico 41: Quais são as 2 (duas) principais dificuldades que sua empresa enfrenta no mecanismo de ressarcimento de IPI em decorrência da sua atividade de exportação?

Um total de 100% das empresas afirmaram que não possuem créditos acumulados, não ressarcidos ou compensados, por período superior a 3 (três) meses, de ICMS.

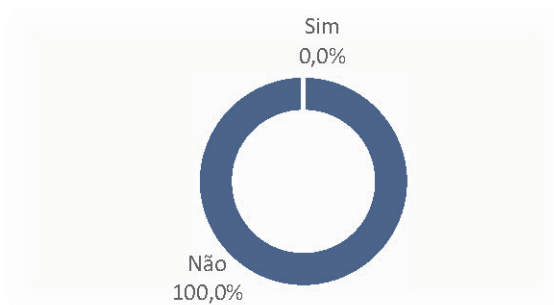


Gráfico 42: Quais são as 2 (duas) principais dificuldades que sua empresa enfrenta no mecanismo de ressarcimento de IPI em decorrência da sua atividade de exportação?

### 6.17 Ações para aumentar a competitividade

Para as empresas entrevistadas, as ações que mais contribuiriam para aumentar a competitividade seriam para 41,2% a simplificação adicional dos regimes aduaneiros especiais (drawback, entreposto aduaneiro, etc), seguido por 35,3% que apontaram melhoria das linhas de financiamento e dos instrumentos de garantias para a obtenção do crédito.

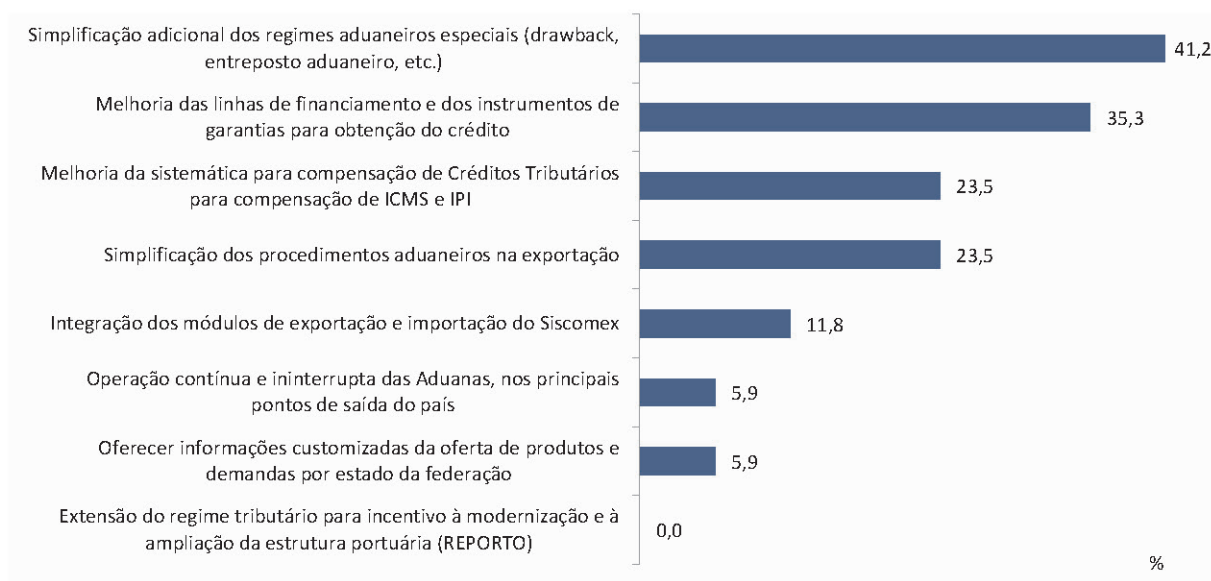


Gráfico 43: Quais são as 2 (duas) principais medidas entre as relacionadas abaixo que, se implementadas, contribuiriam para aumentar a competitividade de sua empresa?

## 6.18 Ações para melhoria da infraestrutura

Quanto à infraestrutura, de acordo com 23,5% das empresas exportadoras entrevistadas, transferir para a iniciativa privada as administrações portuárias públicas contribuiriam para aumentar a competitividade da empresa.

Da mesma forma, 23,5% informaram que aumentar a movimentação do transporte de cabotagem pela flexibilização de suas outorgas contribuiriam com o aumento da competitividade.



Gráfico 44: Quanto às ações ligadas a infraestrutura, quais as 2 (duas) principais medidas que, se implementadas, contribuiriam para aumentar a competitividade de sua empresa?

## 6.19 Ações de estímulo às exportações

Segundo 41,2% das empresas participantes da pesquisa, o governo deveria priorizar as condições de financiamento à exportação para estimular as exportações. Em seguida, com maior frequência estão: condições de investimento em ativo fixo (29,4%) e condições ao investimento em pesquisa e desenvolvimento (29,4%).



Gráfico 45: Quais são as 3 (três) principais áreas que o governo deveria priorizar em seu esforço para estimular as exportações?

## 6.20 Avaliação dos instrumentos governamentais de apoio ao comércio exterior

A maioria das empresas exportadoras baianas desconhecem os instrumentos governamentais de apoio ao comércio exterior brasileiro. Dentre os instrumentos listados na pesquisa, o mais conhecido e utilizado é o Sistema Radar da Receita Federal (70,6%), seguido por Novo Siscomex (41,2%).

Além do mais, 17,6% conhecem o Porto Seco, 17,6% conhecem Pagamento de Exportações em Reais e 17,6% conhecem Despacho Aduaneiro Expresso, mas não conseguem utilizar.

Tabela 5: Indique a posição de sua empresa sobre cada um dos instrumentos governamentais de apoio ao comércio exterior brasileiro listados abaixo

Opção	Não conhece	Conhece e utiliza	Conhece, mas não tem interesse em utilizar	Conhece, mas não consegue utilizar
Linha Azul	100,0	0,0	0,0	0,0
RECOF – Entrepasto Industrial	100,0	0,0	0,0	0,0
SISPROM	94,1	0,0	0,0	5,9
Redex	88,2	5,9	0,0	5,9
Proex	82,4	0,0	11,8	5,9
PROGER	82,4	0,0	0,0	17,6
SISCARGA	76,5	17,6	5,9	0,0
BNDES Exim Pós- embarque	76,5	0,0	11,8	11,8
BNDES Exim Pré- embarque	76,5	0,0	11,8	11,8
Exportações Simplificadas (SIMPLEX)	70,6	17,6	5,9	5,9
ACC	70,6	0,0	11,8	17,6
ACE	70,6	0,0	11,8	17,6
Despacho Aduaneiro Expresso	64,7	17,6	17,6	0,0
Pagamento de Exportações em Reais	64,7	11,8	17,6	5,9
Desoneração IPI e ICMS	58,8	23,5	5,9	11,8
Restituição PIS/COFINS	58,8	17,6	5,9	17,6
Drawback	47,1	17,6	0,0	35,3
Porto Seco	47,1	29,4	17,6	5,9
Novo Siscomex	41,2	41,2	0,0	17,6
Sistema Radar da Receita Federal	23,5	70,6	5,9	0,0

De acordo com as empresas que conhecem os instrumentos governamentais de apoio ao comércio exterior, mas não conseguem utilizar, os principais fatores que impedem a utilização são: excessivas exigências para acesso e comprovação e volume exportado não compatível.



ESTUDO DAS INDÚSTRIAS EXPORTADORAS E POTENCIAIS EXPORTADORAS DA BAHIA

Tabela 6: Caso a empresa conheça e não consiga utilizar alguns dos instrumentos apresentados, indique o principal fator que impede a sua utilização

Opção	Volume exportado não compatível	Excessivas exigências para acesso e comprovação	Falta de informação e/ou orientação sobre utilização	Instrumento não compatível ao porte da empresa	Prazos incompatíveis com as operações da empresa	Límites de operações incompatíveis com as exportações	NS/NR
Despacho Aduaneiro Expresso	-	-	-	-	-	-	-
Linha Azul	-	-	-	-	-	-	-
RECOF – Entrepósito Industrial	-	-	-	-	-	-	-
SISCARGA	-	-	-	-	-	-	-
Sistema Radar da Receita Federal	-	-	-	-	-	-	-
Porto Seco	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
BNDES Exim Pós-embarque	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0
BNDES Exim Pré-embarque	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0
Drawback	16,7	16,7	16,7	16,7	0,0	0,0	33,3
Exportações Simplificadas (SIMPLEX)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Novo Siscomex	0,0	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	33,3
Pagamento de Exportações em Reais	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
SISPROM	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Desoneração IPI e ICMS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Restituição PIS/COFINS	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	66,7
ACC	0,0	0,0	33,3	0,0	33,3	0,0	33,3
ACE	0,0	0,0	33,3	0,0	33,3	0,0	33,3
Proex	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Redex	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0
PROGER	0,0	0,0	33,3	0,0	33,3	0,0	33,3

## 6.21 Perspectivas de aberturas de novos mercados

A maior parte das empresas exportadoras da Bahia pretendem realizar ações em 2021 visando abrir novos mercados exportadores (58,8%).

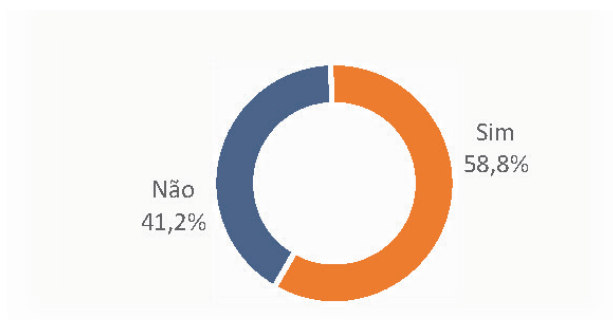


Gráfico 46: A empresa pretende realizar ações em 2021 visando abrir novos mercados exportadores?

Entretanto, chama a atenção o número de empresas que não pretendem abrir novos mercados exportadores (41,2%).

Os principais mercados citados pelas empresas que pretendem realizar ações em 2021 visando abrir novos mercados exportadores são: Europa (47,1%), América do Sul (29,4%), Oriente Médio (23,5%) e América do Norte (17,6%).

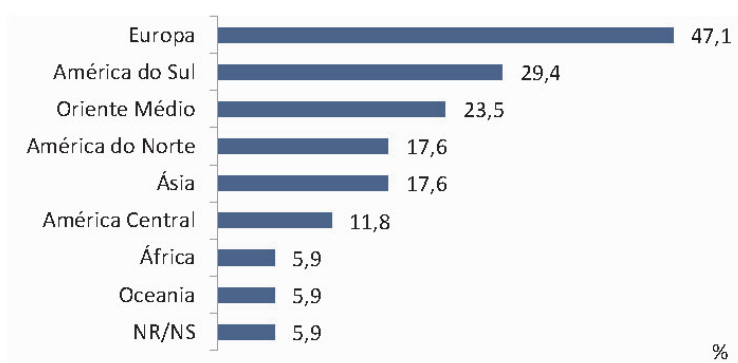


Gráfico 47: Informe os 3 (três) principais mercados

## 6.22 Projeção da empresa para as exportações em 2021

De acordo com 23,5% das empresas, a projeção para as exportações em 2021, comparativamente ao volume exportado em 2019/2020, é de um aumento de 11 a 30%.

No mesmo sentido, 11,8% informaram que haverá uma estabilidade no volume exportado. 5,9% afirmaram que há projeção de queda de 11 a 30% e 35,3% não responderam ou não souberam responder.

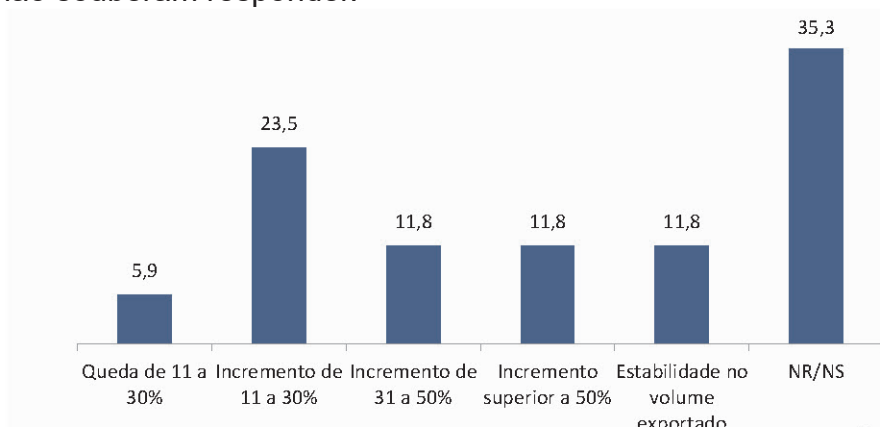


Gráfico 48: Qual a projeção da empresa para as exportações em 2021, comparativamente ao volume exportado em 2019/2020?

## 6.23 Fatores internos que deveriam ser aprimorados para expansão das exportações

Conforme 52,9% das empresas, a capacidade de investimento é o principal fator interno que deveria ser aprimorado para a expansão das exportações, seguido por preço competitivo (47,1%) e insuficiência de recursos para marketing internacional.



Gráfico 49: Quais os 3 (três) principais fatores internos da empresa que deveriam ser aprimorados para a expansão das exportações?

## 6.24 Interesse em cursos de capacitação em Comércio Exterior

A maioria das empresas exportadoras baianas demonstraram interesse em cursos de capacitação em Comércio Exterior.

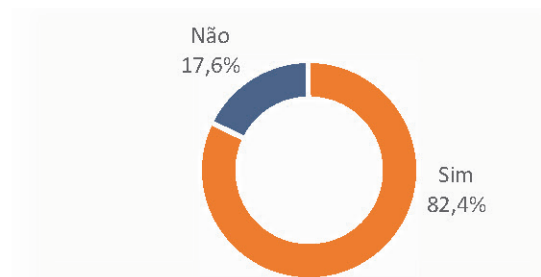


Gráfico 50: Tem interesse em cursos de capacitação em Comércio Exterior?

Os cursos na área internacional mais citados foram o de “Adequação de produto para exportação” (35,7%) e de “Comércio Exterior” (21,4%).



Gráfico 51: Qual o curso de capacitação na área internacional o(a) Sr.(a) tem interesse?

## 6.25 Serviços - FIEB

A maior parte das empresas participantes da pesquisa não conhecem o Sistema de Emissão de Certificados de Origem Digital - COD e Ata Carnet, implementado pela FIEB, que envolve treinamento in company, desconto nos demais produtos e serviços oferecidos pelo CIN-FIEB, serviço de motoboy para coleta de assinatura e entrega de Certificado impresso e consultoria sobre regras de origem e acordos comerciais.

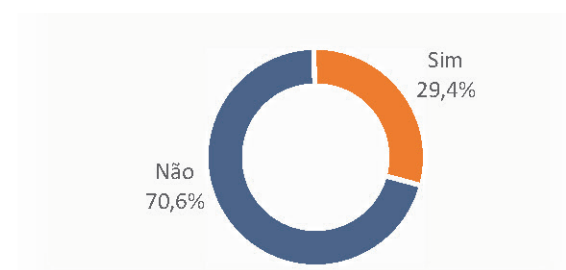


Gráfico 52: A empresa tem conhecimento sobre o Sistema de Emissão de Certificados de Origem Digital - COD e Ata Carnet, implementado pela FIEB?

No entanto, 70,6% demonstraram interesse nos serviços oferecidos pelo Centro Internacional de Negócios da FIEB que auxiliam na internacionalização.

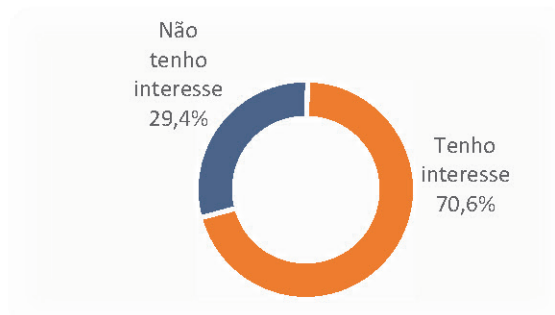


Gráfico 53: Tem interesse nos serviços oferecidos pelo Centro Internacional de Negócios da FIEB para auxiliar melhor a sua empresa no que se refere à Internacionalização?

Dentre os serviços, os que apresentaram maior frequência foram: capacitações virtuais (75%), feiras internacionais (75%), assessoria em Comércio Exterior (66,7%), estudos de mercado (58,3%) e inteligência comercial (58,3%).



Gráfico 54: Informe quais serviços abaixo lhe interessa

## COMPARATIVO: 2012 | 2019/2021

Comparando o Estudo com Empresas Potenciais Exportadoras do Estado da Bahia lançado 2012 com o realizado em 2021, conclui-se que permanece alto o percentual de empresas que nunca realizou algum tipo de operação internacional. A inserção das empresas baianas no mercado internacional é um desafio e a coleta de dados como os apresentados colaboram para a construção de estratégias de internacionalização.

Assim como em 2012, o principal motivo que faz as empresas considerarem a possibilidade de exportar os produtos é a diversificação de mercados que possam gerar oportunidades de expansão e maior estabilidade. Contudo, quando levado em consideração o principal obstáculo à realização de exportações, as empresas entrevistadas em 2021 destacaram a burocracia alfandegária/aduaneira e não a burocracia tributária.

As empresas potenciais exportadoras baianas entrevistadas em 2021, afirmaram, em maioria, que não possuem um plano de internacionalização. Essa tendência também foi observada em 2012, assim como o desejo das empresas na elaboração do plano.

Quanto à estrutura necessária para atender à demanda internacional, prevalece a hipótese de treinar a própria equipe. A minoria das empresas afirmou, tanto em 2012, quanto em 2021, que terceirizariam totalmente o departamento do comércio exterior.

As empresas potenciais exportadoras entrevistadas em 2021, informaram que mais de 50% da sua capacidade atual de produção pode ser destinado para o mercado externo, diferente de 2012 em que as empresas afirmaram que não possuíam capacidade excedente de produção para exportação.

O desconhecimento sobre o mercado internacional entre as empresas potenciais exportadoras permanece. Tanto em 2012, quanto em 2021, a maior parte dos entrevistados afirmaram ter informações básicas sobre o mercado internacional. Contudo, em ambos os estudos esse público-alvo demonstrou interesse em cursos de capacitação da área internacional, sendo os mais citados, comércio exterior, adequação de produtos e planejamento para internacionalização.

Quando abordado sobre a participação em projetos com foco em mercados internacionais, assim como em 2012, as empresas entrevistadas em 2021 demonstraram o interesse em participar desses projetos. Entretanto, os tipos de projetos variaram muito entre os dois estudos, sendo que em 2012 o mais citado foi a participação em feiras internacionais e em 2021 as capacitações virtuais. Esta diferença destaca o atual cenário em que vivemos.

Além das Empresas Potenciais Exportadoras, Empresas Exportadoras também participaram da pesquisa. Diferente do resultado do estudo de 2012 em que as empresas afirmaram exportar com frequência, em 2021 informaram exportar raramente – somente quando a exportação é associada a uma boa oportunidade.

Tanto em 2012, quanto em 2021, a maioria das empresas exportadoras baianas entrevistadas, afirmaram que exportam diretamente. Das poucas que afirmaram exportar indiretamente, em 2012 afirmaram ser via Trading Company e em 2021 via Comercial Exportadora.

A modalidade mais usual para o transporte (fábrica – porto/estação aduaneira), em território nacional dos produtos das empresas exportadoras citada, tanto no estudo de 2012, quanto no de 2021, é o rodoviário. Destaca-se que em 2021 foi questionado acerca da principal modalidade de transporte para fora do Brasil e a com maior frequência foi aeroporto.

Tal como em 2012, em 2021 a maior parte das empresas exportadoras baianas informaram que exportam os seus produtos por portos/aeroportos da Bahia, seguido por portos/aeroportos fora da Bahia.

Quando questionado a respeito dos entraves à exportação, em 2012 o mais citado foi a taxa de câmbio e em 2021 a adequação de produtos e processos para atender as demandas de compradores. Ressalta-se que nenhuma das empresas entrevistadas em 2021 informaram a taxa de câmbio como um obstáculo à exportação.

Em relação a infraestrutura, no âmbito de energia elétrica, tanto em 2012, quanto em 2021, o item que mais impacta negativamente na capacidade de exportar é o peso dos impostos e dos encargos setoriais. Quanto ao transporte da fábrica ao porto é o custo do transporte rodoviário e quanto ao transporte ferroviário até o porto é a disponibilidade do serviço.

No fluxo de exportação em 2021 as 3 (três principais etapas onde as empresas exportadoras baianas enfrentam dificuldades são: transporte/frete internacional, embalagem para transporte e transporte/frete interno. Em 2012 as mais citadas foram: transporte/frete interno, contrato de câmbio e transporte/frete internacional.

Diferente de 2012, onde as empresas informaram que o pagamento de honorário e taxas aduaneiras era o principal processo cuja burocracia alfandegária/aduaneira mais impactava negativamente nas operações, em 2021 as empresas entrevistadas destacaram o processamento de documentos de parametrização.

No que se refere a tributação, em 2012 as empresas exportadoras baianas destacaram a Contribuição para a Previdência Social – Cota Patronal (INSS) como sendo o

tributo que mais afetava a competitividade dos produtos. Em 2021 essa realidade mudou. As empresas entrevistadas destacaram o ICMS como o tributo que mais afeta a competitividade dos produtos exportados.

Em 2012 a maior parte das empresas exportadoras possuíam créditos acumulados, não ressarcidos ou compensados de PIS/COFINS/IPI, por período superior a 3 (três) meses. Em 2021 a maioria afirmou não possuir. Quanto ao ressarcimento de PIS/Cofins, a realidade mudou em 2021. Em 2012 a maior parte não tinha conhecimento do mecanismo e em 2021, além de já terem conhecimento, alegaram que a principal dificuldade enfrentada para o ressarcimento é a demora na homologação dos pedidos de compensação.

Tanto em 2012, como em 2021, na opinião das empresas exportadoras da Bahia, a simplificação adicional dos regimes aduaneiros especiais (drawback, entreposto aduaneiro, etc.) seria a principal medida a ser implementada que contribuiria para aumentar a competitividade da empresa.

Acerca de ações governamentais de estímulo às exportações, em 2021 a mais citada foi: condições de financiamento à exportação e em 2012 a desoneração tributária. Por fim, em 2012 as empresas exportadoras baianas pretendiam realizar ações visando abrir novos mercados para: América do Sul, Europa e América do Norte. Em 2021 os mercados mais citados foram: Europa, América do Sul e Oriente Médio.





PELO FUTURO DA INDÚSTRIA



CIN

Centro Internacional de Negócios  
da Bahia

50+50



*A força do empreendedor brasileiro.*