

C
o
r
r
e
s
p
o
n
d
ê
n
c
i
a
a

Correspondência para/
Correspondencia para/
Correspondence to
Universidade do Sul de
Santa Catarina, Campus
Florianópolis, Norte da
Ilha, Rodovia SC 401, Km
19, Trevo dos Ingleses,
CEP 88050-001,
Florianópolis, SC. Tel (48)
261-0049
E-mail:
graciella@cassol.com.br

Artigo recebido: 17/01/2005
Aprovado: 10/10/2005

ASPECTOS RESTRITIVOS À EXPORTAÇÃO: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO EM TRÊS SETORES DA ECONOMIA CATARINENSE

ASPECTOS RESTRITIVOS A LA EXPORTACIÓN: UN ESTUDIO EXPLORATORIO EM TRES SECTORES DE LA ECONOMÍA CATARINENSE

LIMITING FACTORS TO EXPORTATION: AN EXPLORATORY STUDY IN THREE SECTORS OF THE SANTA CATARINA ECONOMY

Graciella Martignago, Msc

Unisul-SC
graciella@cassol.com.br

André Luís da Silva Leite, Dr

Unisul-SC
andreleite@linhalivre.net

Graziela Dias Alperstedt, Dra

Unisul/UEDESC-SC
gradial@brturbo.com

Gabriela Silveira Fiates, Dra

Unisul-SC
fiates@certi.org.br

Palavras-chave:
Internacionalização;
Exportação;
Santa Catarina.

Palabras-clave:
Internacionalización;
Exportación;
Santa Catarina.

RESUMO: O objetivo do presente artigo é apresentar uma pesquisa realizada junto a Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina - FIESC, no que concerne aos obstáculos à exportação das empresas catarinenses. Três setores da economia foram destacados: o setor de alimentos, o setor madeireiro e o setor mecânico. O estudo caracteriza-se como sendo exploratório, por meio de um survey. Os dados foram coletados por meio de questionários com questões abertas e fechadas e analisados com uso de técnicas de estatística descritiva. Os dados revelam diferentes percepções sobre o ambiente de internacionalização das instituições pesquisadas, apesar de muitas empresas de segmentos diferenciados terem algumas percepções convergentes. Isto denota a existência de múltiplas explicações teóricas para o desenvolvimento do processo de internacionalização catarinense, como é o caso da teoria da interação e da teoria de estágios.

RESUMEN: El objetivo del presente artículo es presentar una pesquisa realizada junto a la Federación de las industrias del Estado de Santa Catarina - FIESC, en lo que concierne a los impedimentos a la exportación de las empresas catarinenses. Tres sectores de la economía se destacaron: el sector de alimentos, el sector maderero y el sector mecánico. El estudio se caracteriza como exploratorio, a través de un survey. Los datos fueron colectados por intermedio de cuestionarios con cuestiones abiertas y cerradas y analizadas con la utilización de técnicas de estadística descriptiva. Los datos revelan diferentes percepciones sobre el ambiente de internalización de las instituciones pesquisadas, a pesar de que muchas empresas de segmentos diferenciados tengan algunas percepciones convergentes. Esto denota la existencia de múltiples explicaciones teóricas para el desarrollo del proceso de internacionalización catarinense, como es el caso de la teoría de la interacción y de la teoría de las prácticas laborales.

ABSTRACT: The objective of this article is to present a study carried out with the Federation of Industries of the State of Catarina - FIESC, focusing on the obstacles to exportation by companies in Santa Catarina. Three economic sectors were highlighted: The food sector, the timber sector and the mechanical sector. It is an exploratory study, carried out by means of a survey. The data were collected by means of questionnaires with open and closed questions and analyzed using descriptive statistical techniques. The data reveal different views on the context of internationalization of the institutions investigated, despite the fact that many companies from different sectors share similar views. This suggests the existence of multiple theoretical explanations for the development of the internationalization process in Santa Catarina, as is the case with the theory of interaction and the theory of phases.

Key-words:
Internationalization;
Exportation;
Santa Catarina.

1 INTRODUÇÃO

O século XX foi marcado por profundas transformações no cenário internacional. Dentre aquelas que merecem destaque encontra-se o acentuado crescimento do comércio internacional, o qual ultrapassou o ritmo de crescimento da produção. De acordo com dados da Organização Mundial do Comércio, as relações comerciais entre os países no período anterior à Primeira Guerra Mundial cresceram a uma média de 2,5% ao ano, enquanto que a produção cresceu 2,2%. Na Segunda metade do século XX, mais precisamente em 1958, o comércio internacional apresentava cifras equivalentes a US\$ 114 bilhões. Em 1975 aumentou para 903 bilhões, chegando, em 2000, em mais de US\$ 7 trilhões. Nesse sentido, percebe-se a nítida impossibilidade de qualquer economia isolar-se da economia mundial.

As vantagens oriundas do comércio internacional se constituem em um dos assuntos mais discutidos na teoria econômica. Apesar do grande interesse dos estudiosos e do desenvolvimento de diversas pesquisas na área, muitos dados revelam que os argumentos de David Ricardo (apud KRUGMAN e OBSTFELD, 1999), em sua teoria das vantagens comparativas, estavam corretos. Ricardo afirmava que o livre comércio permitia aos países exportarem os bens e serviços que produziam eficientemente e importarem os que produziam com menor eficiência em relação aos demais competidores internacionais. Desta forma, o país passaria a ter acesso à eficiência das empresas de outros países, favorecendo o consumidor que não precisaria pagar mais por produtos gerados em empresas nacionais de baixa produtividade, o que, para as empresas nacionais, seria uma oportunidade para ampliação em mercados além de suas fronteiras.

A participação nacional crescente nas exportações mundiais gera reflexo nos padrões de vida da população e no aumento das exportações de empresas que conseguem altos níveis de produtividade, contribuindo para o crescimento da produtividade nacional. Uma queda na parcela das exportações provocada pela incapacidade de aumentar com êxito as exportações dessas indústrias pode ser um sinal de perigo para a economia nacional.

Tomando como base a Teoria das Vantagens comparativas, no caso do Brasil, as exportações necessitam de expansão para que o país possa importar

produtos que não são produzidos internamente ou que são produzidos em quantidade insuficiente para atender à demanda interna, além de garantir a valorização da moeda nacional. Mas, a expansão pura e simples não é suficiente para sustentar um crescimento de longo prazo. Torna-se necessário expandir as exportações por meio de uma maior diversificação de mercados, aumentando o número de empresas exportadoras (incorporando as pequenas e médias), além de ampliar a pauta de produtos exportados, incentivando a produção de produtos de alto valor agregado. Com estas mudanças, o aumento da produtividade nacional torna-se possível, incrementando, dessa forma, a riqueza nacional.

No Brasil ainda há uma elevada concentração das exportações brasileiras em poucas e grandes empresas. Do total de empresas exportadoras em 2004 (20.902 empresas), 4.213 são grandes empresas e exportam US\$ 85,6 bilhões. As micro e pequenas empresas somam cerca de 10.000 empresas aproximadamente, mas exportam somente de US\$ 2,6 bilhões (MDIC, 2005).

Os dados demonstram, portanto, que o nível de internacionalização de empresas brasileiras é baixo mesmo com a significativa ampliação do comércio internacional nos últimos anos. Inserido nesse contexto, o Estado de Santa Catarina tem se destacado pelo desempenho de suas empresas que garantiram uma significativa participação no comércio internacional nos últimos anos.

O elevado grau de abertura da economia catarinense em relação ao total brasileiro justifica-se por Santa Catarina contribuir com, pelo menos, 5% do total exportado pelo Brasil, constituindo-se em um dos principais Estados exportadores. Mas, mesmo diante da expressiva participação na economia nacional, a crescente ampliação da inserção internacional das empresas catarinenses é um objetivo econômico do estado.

Dada a representatividade do Estado de Santa Catarina na exportação nacional, o estudo dos obstáculos à ampliação e manutenção das exportações torna-se importante, na medida em que traz maiores conhecimentos sobre o processo de internacionalização das empresas catarinenses, nos seus diversos setores, à luz das percepções do empresariado. Este é o objetivo deste estudo exploratório que está dividido em várias partes. As partes 2 e 3 apresentam um panorama sobre as principais perspectivas teóricas de internacionalização de empresas. A parte 4 mostra os procedimentos metodológicos que foram utilizados para o desenvolvimento desse trabalho. Na parte 5 são descritos os resultados da pesquisa e conclui-se o trabalho com a parte 6 onde são apresentadas as considerações finais, seguidas das referências bibliográficas.

2 INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

A internacionalização de empresas é um processo crescente e continuado de envolvimento de uma organização em operações com outros países, fora de sua base de origem, tratando-se de um fenômeno antigo e

amplamente estudado (GOULART et al. 1994). Entretanto, apesar das pesquisas existentes, ainda é carente o número de estudos em empresas de economias emergentes como Brasil, Índia ou México. Estes países, apesar de possuírem um elevado potencial de internacionalização, ainda são pouco investigados nesse sentido (GHOSHAL et al. 2000). Dois estudos recentes de internacionalização de empresas em Ghana revelaram que as teorias de internacionalização contemporâneas têm uma capacidade limitada para explicar o processo de internacionalização dessas empresas. Os problemas estão relacionados tanto com o processo de internacionalização em si, quanto com o contexto nas quais as atividades internacionais ocorrem (SORENSEN e KUADA, 1998). Ou seja, as teorias de internacionalização existentes têm sido desenvolvidas no contexto de economias de mercado maduras como a economia européia e a norte-americana.

De acordo com Sorensen (1997) as teorias de internacionalização podem ser agrupadas em quatro categorias diferentes: o modelo de estágios de internacionalização de uma empresa; o modelo contingencial; o modelo de (inter)ação para internacionalização (internacionalização pela busca de oportunidades internacionais através da interação e formação de redes); e, os modelos de construção social (criação do contexto internacional). Para o autor, estas quatro dimensões refletem 3 distinções científicas importantes: a) uma visão de mundo objetiva versus subjetiva; b) uma perspectiva estática versus uma perspectiva dinâmica; e, c) uma orientação para ação versus uma orientação para o planejamento.

Uma visão de mundo objetiva existe quando a teoria assume que o mundo dos negócios, incluindo o mercado internacional, existe independente do homem de negócios, do exportador. A visão subjetiva, ao contrário, assume que o mundo dos negócios é uma construção social, criado pelas ações e interações humanas. Não são encontradas leis gerais de comportamento e cada situação é única.

Essas teorias podem ser analisadas, por sua vez, a partir de uma perspectiva estática, que implica que a teoria proporciona um retrato da situação ou por uma perspectiva dinâmica, implicando na adição da dimensão tempo. No último caso, a internacionalização é descrita em diferentes pontos no tempo.

As teorias de internacionalização também podem ser agrupadas de acordo com o enfoque no planejamento de atividades ou quanto à preocupação com as ações e as experiências dos gerentes. Teorias que lidam com a seleção de mercados, ou modos de entrada em mercados, são ferramentas de planejamento. As teorias orientadas para a ação têm a idéia intuitiva do gerente como ponto de partida. A idéia é seguida da ação imediata que dá experiência ao ator. A experiência se torna conhecimento através de um processo de reflexão que leva à aprendizagem (LEWIN, 1965).

Quadro 1: Relação das quatro categorias teóricas com as três dimensões científicas

Modelos/ Dimensões	Modelos dos Estágios	Modelos Contingenciais	Modelos Interacionais	Modelos de Construção Social
Objetiva versus Subjetiva	Objetiva	Objetiva	Subjetiva/ Intersubjetiva	Subjetiva
Perspectiva Estática versus Dinâmica	Estática- comparativa	Estática	Dinâmica	Dinâmica
Orientação planejada versus ação	Planejamento	Planejamento	Interação	Ação

Fonte: Sorensen (1997)

A Teoria de Estágios apresenta a internacionalização de uma empresa como um processo seqüencial e ordenado baseado no acúmulo de experiências e em um gradual incremento do comprometimento de recursos (JOHANSON AND WIEDERSHEIM, 1975; BILKEY AND TESAR 1978; TURNBULL, 1987). Pressupõe que a empresa, que possui uma posição privilegiada no mercado doméstico, começa a explorar o mercado internacional acumulando experiências e tornando-se, gradualmente, um exportador experiente e que eventualmente realiza um investimento direto no exterior.

A companhia se move através de um grupo de estágios em que cada estágio proporciona os pré-requisitos internacionais para que a empresa se mova para o próximo estágio internacional. Esta teoria proporciona um padrão geral de internacionalização que pode ser usado para prever e planejar a internacionalização de uma empresa. De acordo com a teoria de estágios, a tarefa do gerente é identificar o estágio atual em que a empresa se posiciona e, em seguida, preparar a empresa para se mover para o estágio seguinte. As teorias de estágios podem ser divididas em dois grupos, ou seja, modelos de internacionalização no aprendizado e no acúmulo de experiência e modelos que a internacionalização está baseada na adaptação às mudanças no ambiente (SORENSEN, 1997).

Os modelos contingenciais afirmam que a internacionalização é contingencial, isto é, depende do ambiente, particularmente do mercado e das condições de demanda, da estrutura da indústria e das políticas do governo. Nenhum padrão de internacionalização de empresas é esperado. Tudo depende, o que faz com que o processo de internacionalização seja distinto para cada indústria e talvez para cada empresa individualmente, devido as diferenças nas condições ambientais.

A empresa é vista como um sistema aberto e que não há uma melhor maneira da empresa internacionalizar-se. A tarefa gerencial é alcançar o melhor ajuste entre um ambiente externo mais ou menos turbulento e talvez hostil (ameaças e oportunidades) e os recursos internos da empresa (forças e fraquezas). Isto envolve analisar a situação, definir os critérios de decisão (custos, informação etc) trabalhar alternativas e usar critérios de decisão para selecionar alternativas ótimas. Então, capacidades analíticas da empresa são cruciais para o planejamento da internacionalização da empresa. As teorias contingenciais de internacionalização tiveram origem nos trabalhos de Coase (1937). Dentre os modelos contingenciais estão o paradigma eclético (DUNNING, 1994), o qual estipula as condições a serem preenchidas por um empresa para realizar um investimento externo direto, o modelo de diamante de Porter (1990) e a teoria dos custos transacionais. De acordo com Sorensen (1997) esses são modelos de estrutura conceitual que descrevem o ambiente por meio de um grupo de conceitos ou fatores a serem tomados em consideração e estipulam a relação entre os conceitos, mas não estipulam a ação a ser tomada pela empresa. Pode-se falar que eles estipulam um espaço de ação, definido por uma estrutura conceitual.

Os modelos de interação entendem que a atividade econômica tem uma dimensão social, isto é, ela se dá por meio de relações sociais. Esses modelos vêem o mercado como um conjunto de atores autônomos que interage continuamente e por meio desta interação desenvolve relações sociais de longo prazo. Essas relações podem constituir redes que são formadas com o objetivo de obtenção de recursos. Dentro dessa perspectiva, definem a internacionalização como uma extensão do espaço de ação da empresa na busca da interação com empresas estrangeiras (SORENSEN, 1997). A internacionalização de uma empresa surge então da interação contínua e diária dos membros de uma rede. O modelo de internacionalização da Universidade de Uppsala, Suíça, pode ser um exemplo de modelo baseado na concepção de redes (JOHANSON e MATTSSON, 1988).

A perspectiva da construção social da realidade se opõe às teorias anteriores. Opõe-se à visão de que há um mundo objetivo, um mundo que pode ser revelado por métodos científicos e apresentados como fatos objetivos. É a mente humana combinada com as relações sociais que determinam o mundo externo. O mundo é uma realidade mental e socialmente construída. Por meio do pensamento, da ação, da interação, cria-se o mundo. Desse modo, realidade é subjetiva.

No Brasil, diversos são os pesquisadores que buscaram estudar o processo de internacionalização das empresas nacionais. Christensen et al. (1987), por exemplo, enfocaram os estudos a partir da intensificação das exportações. Rocha et al (2002) e Rocha et al (2003) apresentam estudos de casos e desenvolvem projetos que buscam identificar o por quê da baixa inserção brasileira no mercado internacional. Grael e Rocha (1987), Loureiro

e Santos (1991) e o grupo de pesquisadores da Fundação Dom Cabral (1996) concentraram-se no processo de maior comprometimento de recursos das empresas nas operações internacionais. De acordo com esses pesquisadores, a internacionalização das empresas brasileiras intensificou-se nos últimos anos. Da participação de um número restrito de grandes empresas de bens nos anos 80, passou-se a observar a participação de empresas de vários portes e setores a partir da década de 90.

Krauss (2000) entende que a maior limitação dos estudos sobre internacionalização de empresas, tanto no Brasil quanto nos demais países, se dá em termos metodológicos. A perspectiva sincrônica, presente na maioria dos estudos, não apresenta preocupação com a evolução do fenômeno no tempo. Essa perspectiva é observada nos estudos de Loureiro e Santos (1991), Andersen (1993), Sullivan (1994), e Eriksson et al. (1997). Assim, Krauss (2000) defende o desenvolvimento de estudos a partir de uma perspectiva diacrônica, ou seja, aqueles desenvolvidos ao longo do tempo.

Kraus (2000) afirma, ainda, que os modelos de internacionalização foram desenvolvidos a partir de realidades distintas de negócios, sendo inadequados para explicar a realidade brasileira. Com este propósito, ele propõe um modelo baseado em cinco empresas produtoras exportadoras localizadas no Estado de Santa Catarina. O modelo também parte da idéia de que a organização passa por determinados estágios quais sejam: pré-envolvimento, envolvimento passivo, envolvimento ativo e envolvimento comprometido. O pré-envolvimento representa a fase da empresa com foco estrito no mercado doméstico (empresa produtora não exportadora), podendo estar disposta a realizar atividades preliminares de exportação (empresa pré-exportadora). O envolvimento passivo relaciona-se à fase de estruturação, em que a empresa consuma o ato de exportar envolvendo-se na dinâmica do comércio exterior e pouca adaptação dos produtos (exportadora irregular). Ou quando ela já exporta substancialmente, entretanto, via agentes intermediários (exportadora passiva). O envolvimento ativo ocorre quando a empresa rompe com os intermediários e estabelece uma estratégia exportadora. O envolvimento comprometido, por sua vez, configura a fase de atuação em vários mercados, com suporte pós-venda e adequação de produtos aos diferentes clientes.

O autor considera nas três etapas iniciais (não-exportadora, pré-exportadora e exportadora irregular), o desenvolvimento incremental das exportações. O resultado da pesquisa de Kraus (2000) revelou que a maioria das empresas produtoras exportadoras brasileiras são exportadoras passivas, voltadas para a área de produção, com foco no mercado doméstico, e com pouca internacionalização de seus produtos.

Não obstante, foi identificado como crescente a preocupação das empresas exportadoras brasileiras em avançar suas ações e comprometimento

com os estágios posteriores sem cair na "armadilha da globalização". Kraus (2000) afirma que muitas empresas, no intuito de acelerar o processo de internacionalização, acabam tornando-se dependentes dos agentes intermediários e não exploram, portanto, o real potencial de seus negócios.

Por outro lado, de acordo com Seifriz (2002), ao aplicar o modelo de Kraus para a compreensão do processo de internacionalização de uma empresa catarinense, foi percebida a possibilidade de a empresa transpor etapas do modelo proposto. Isto leva a crer que cada organização é provida de diferentes aspectos, restringindo assim a formulação de generalizações. O autor acredita que a participação das empresas brasileiras passou a ser crítica, havendo necessidade de queimar-se etapas para agilizar o processo de internacionalização em função do atraso provocado pela política protecionista do governo que acabou por desestimular potenciais candidatos à internacionalização.

No caso estudado por Seifriz (2002) não houve o "ponto de ruptura" caracterizando a passagem de empresa passiva para ativa. Pelo contrário, a empresa mesmo tendo iniciado suas exportações por meio de um agente internacional, assim que pôde, optou por estabelecer parceria com seus importadores distribuidores, sem intermediários, mantendo sua própria marca.

3 CONTRIBUIÇÕES DAS DIFERENTES PERSPECTIVAS

Para a teoria de estágios, a internacionalização da empresa ocorre livre de contexto, isto é, o mesmo padrão é esperado em diferentes contextos. De acordo com Sorensen (1997), acrescenta-se a isto o fato de que suas diferentes versões tendem a não considerar a base atual em que a teoria está alicerçada, ou seja, o aspecto aprendido e a acumulação de conhecimento. Os diferentes autores estão preocupados com o resultado do aprendizado, isto é, o desenvolvimento atual do engajamento internacional em termos de número de tipos de mercados, os modos de entrada, os modos de organização, os métodos de pesquisa de mercado, dentre outros fatores. Uma exceção está nos estudos de Johanson and Vahlne (1977) que discutem a relação entre o conhecimento do mercado e o engajamento mercadológico.

Determinados padrões, entretanto, podem ser encontrados nos processos de internacionalização. Sorensen (1997) destaca que, de acordo com a racionalidade do modelo de estágios, a internacionalização está baseada em leis e princípios de aprendizado, combinados com a tomada de risco. As empresas aprendem por meio da ação, sendo assim, quando elas têm adquirido experiência o suficiente e um nível de risco aceitável, elas estão prontas para dar outro passo no caminho da internacionalização. Como toda empresa segue esta regra de redução de risco através do aprendizado, um padrão comum de internacionalização pode emergir.

O modelo Uppsala de Joahansom e Wiedrsheim-Paul (1975 apud REZENDE, 2002) preconiza que a internacionalização é um processo de aprendizagem no qual a empresa investe recursos de forma gradual e adquire conhecimentos sobre determinado mercado internacional de maneira incremental (REZENDE, 2002). Neste modelo, a cadeia de estabelecimento é o investimento seqüencial de recursos no mercado externo. Previdelli (1998) corrobora com o fato de o processo de internacionalização de uma empresa ocorrer, em um primeiro momento, de forma gradual. Para o autor, uma das principais razões que leva uma empresa a buscar o mercado externo é o lucro.

Para Joahansom e Wiedrsheim-Paul o montante de recursos investidos no mercado-alvo varia com o grau de conhecimento da empresa sobre esse mercado. Nesse sentido, quanto maior o grau de conhecimento da empresa sobre determinado mercado, maior é a sua tendência em investir recursos neste mercado (REZENDE, 2002). Assim, o conceito da cadeia de estabelecimento se dá por meio de estágios essencialmente desenvolvimentistas. O caráter desenvolvimentista do processo de internacionalização de uma organização também é abordado por Keegan e Green (2000). Segundo esses autores, exportar é um processo fundamentalmente desenvolvimentista, o qual compreende diversos estágios. A probabilidade de uma empresa passar de um estágio para o outro depende de diferentes fatores (KEEGAN e GREEN, 2000).

O modelo Uppsala de Johanson; Vahlne, (1997 apud REZENDE, 2002) baseia-se em três pressupostos, quais sejam, (1) a falta de conhecimento como sendo o maior obstáculo nos processos de internacionalização; (2) o conhecimento necessário à internacionalização sendo adquirido principalmente pelas operações da empresa em determinado mercado-alvo; e, (3) a forma gradual de investimento pela empresa que pretende se internacionalizar. Dentro dessa perspectiva, o processo de internacionalização pode ser visualizado como um processo gradual de aprendizagem em que os conhecimentos e o investimento em recursos em determinado mercado vão ocorrendo de forma paulatina (REZENDE, 2002).

Uma outra explicação decorre da criação de um padrão geral encontrado devido ao fato de os empreendimentos serem administrados por pessoas que tem adquirido a mesma filosofia administrativa e as mesmas ferramentas gerenciais ou, porque os empreendedores aprendem uns com os outros seguem a companhia de maior sucesso no presente. Nessas circunstâncias, um padrão comum emergirá baseado em uma visão de mundo comum e, em geral, emergirá um sistema de negócios comum, uma cultura de negócios. Uma terceira explicação decorre da estrutura da indústria. Se a estrutura da indústria compreende muitas empresas pequenas, cada qual decidindo autonomamente, mas influenciada por suas relações com outras companhias, um padrão geral de desenvolvimento pode emergir.

Sorensen (1997) conclui, assim, que uma combinação de muitos atores em interação social sem regras pré-definidas acaba gerando os fundamentos de um padrão geral de internacionalização. As leis não são, entretanto, leis naturais, mas leis baseadas em mecanismos de interações sociais.

A teoria de estágios apresenta pontos críticos associados ao fato de as empresas, muitas vezes, não terem um período de consolidação no mercado doméstico antes de tornarem-se internacionais; de pularem alguns estágios; de moverem-se de um estágio de alto comprometimento para um estágio de baixo comprometimento e de tenderem a não se mover além de um certo estágio. Sorensen e Kuada (1998), que estudaram o processo de internacionalização em Ghana, concluíram que a teoria de estágios é insuficiente para descrever a internacionalização das empresas pesquisadas. Da mesma forma Seifriz (2002) observou a “queima de etapas” em um estudo de caso brasileiro. Entretanto, as teorias de estágios podem constituir tanto um modelo de referência na determinação da posição internacional de uma empresa, como para a discussão do seu movimento futuro.

Os modelos de estágios e contingenciais da internacionalização pertencem ao pensamento convencional dentro da administração, assumindo uma realidade objetiva que a ciência pode revelar e apresentar os fatos como um input para as atividades de planejamento corporativo. Esses modelos são estáticos e enfocam uma situação específica no tempo, e/ou estendendo o passado no futuro. Ao contrário, os modelos de interação e, especialmente, o modelo de construção social vê a internacionalização como um processo social ou sócio-econômico. Leis universais não existem, mas os atores por meio das suas interações podem adotar uma visão de mundo comum que, para o observador, pode parecer um fato objetivo enquanto isto é somente um modo inter-subjetivo-acordado de comportamento. O planejamento pode existir, mas as ações e as interações e o concomitante acúmulo de experiências são mais importantes que as especulações associadas com o planejamento, isto é, a internacionalização não é planejada - ela é “acted/enacted/interacted” (SORENSEN, 1997).

Desse modo, o contexto passa a ser visto como uma construção social em que as empresas, sozinhas ou por meio de associações, influenciam o ambiente externo. A pesquisa realizada por Sorensen e Kuada (1998) revelou que, apesar das instituições serem fracas, a comunidade de empresários estava emergindo, demonstrando ter um papel fundamental no desenvolvimento. Assim, o contexto não é uma abstração, compreendendo as instituições governamentais que regulam e facilitam a internacionalização das empresas, além de outras instituições e aglomerações de empresas e associações empresariais. Como o contexto no qual as empresas operam em países em desenvolvimento é diferente do ambiente de economias maduras, a adaptação e a interação das empresas e instituições nesses países também tendem a serem diferentes.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Baseado na perspectiva de que o processo de internacionalização consiste em uma realidade construída socialmente, estudos de caso qualitativos estão sendo desenvolvidos para o conhecimento do processo de internacionalização das empresas catarinenses. Embora se admita que a internacionalização é um processo dinâmico que vai se desenvolvendo ao longo do tempo, neste trabalho buscou-se analisar o status da internacionalização de algumas empresas em um dado período de tempo. Em caráter preliminar, desenvolveu-se o presente estudo, com o intuito de coletar dados abrangentes em relação à percepção que os empresários das empresas exportadoras catarinenses possuem do processo de internacionalização, enfocando as principais barreiras ao incremento de exportações. A pesquisa realizada caracteriza-se como um estudo exploratório desenvolvido no sentido de proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado, sobretudo, quando o tema escolhido é pouco explorado, mas sabe-se que há como limitação a impossibilidade de analisar de forma plena como ocorre o processo de internacionalização e que teoria melhor se explica ao comportamento da amostra estudada. Outra limitação do trabalho foi a dificuldade de obtenção de respostas das empresas procuradas.

O universo pesquisado e utilizado nesse estudo constituiu-se das 1448 empresas exportadoras de Santa Catarina, segundo a Secretaria de Comércio Exterior, Secex, do Ministério do Desenvolvimento da Indústria e Comércio. O método de coleta de dados escolhido foi o questionário, dado o tamanho da amostra. Os questionários foram enviados às empresas pelo correio. No entanto, foram respondidos apenas 111 questionários. Embora esse tamanho de amostra resulte em um erro amostral considerado grande, cerca de 9%, considerou-se a amostra representativa, pois as respondentes correspondem a 70% do total exportado pelo Estado. Os dados foram tabulados primeiramente apenas por porte das empresas estudadas e posteriormente por atividades industriais, de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Empresariais adotada pelo Instituto de Geografia e Estatística - IBGE. Seis atividades industriais foram pesquisadas sendo que, nesse trabalho, são relatados dados de somente três atividades, que correspondem a 67% dos dados coletados.

A primeira parte do questionário traça o perfil da empresa respondente (porte, setor de atividade, percentual das exportações no faturamento, principais países de destino). A parte dois do questionário investiga a frequência exportadora, os programas e incentivos governamentais utilizados pela empresa, as dificuldades associadas à exportação, obstáculos à internacionalização relativos ao ambiente interno e obstáculos à internacionalização referentes ao ambiente externo.

Os dados coletados foram analisados por meio de técnicas estatísticas simples e análise descritiva.

5 RESULTADOS DA PESQUISA

A partir dos dados da pesquisa, apresenta-se abaixo a caracterização da amostra das empresas exportadoras no estado de Santa Catarina:

Quadro 2: Caracterização da amostra, por tamanho da empresa. (1) Uma empresa não respondeu; (2) Três empresas não responderam; (3)Três empresas não responderam

	Grande	Média	Pequena	Total
Quantidade Empresas da amostra	17	16	41	74
Total de Empregados da amostra	52.204	2.825	1.257	56.286
Total Exportado, pela amostra, em 2002	US\$ 1.082 milhões ⁽¹⁾	US\$ 43 Milhões ⁽²⁾	US\$15 milhões ⁽³⁾	US\$ 1.140 milhões

Fonte: Elaborado pelos autores

A seguir, estão os dados referentes à participação das exportações no faturamento da empresa, por tamanho da empresa. Importa notar que as empresas de grande porte são mais dependentes do comércio internacional que as empresas de médio e pequeno porte. Observou-se que 70,6% das grandes empresas possuem 50% ou mais de seu faturamento devido às exportações, essa dependência diminui para 56,2% nas médias e para apenas 34,2% nas pequenas. Isto pode indicar que o grau de maturação, aprendizagem e comprometimento nas grandes empresas já é maior que nas demais, como explica a Teoria dos Estágios. Isto corrobora as informações do quadro 3 que mostra que todas as empresas de grande porte são exportadoras contínuas. Enquanto no caso das empresas de médio e pequeno porte, uma quantidade expressiva refere-se a empresas que exportam continuamente. Chama a atenção o expressivo número de médias, 31,2%, e pequenas, 34,1%, que não exportam com regularidade, isto nos leva a inferir que as economias de escala conseguidas pelas grandes empresas têm importância significativa na participação destas empresas no comércio exterior e que para estas empresas já possuem um modelo de internacionalização mais planejado enquanto que nas médias e pequenas há significativo aproveitamento do momento e das oportunidades surgidas (Voltados para ação - Modelo Interacional e de Construção Social).

Quadro 3: Participação das exportações no faturamento da empresa, por tamanho da empresa

		Grande	Média	Pequena	Total
Participação das Exportações no faturamento das empresas da amostra	Mais que 70%	7	7	7	21
	51 a 70%	4	1	4	9
	31% a 50%	1	1	3	5
	21 a 30%	1	0	3	4
	11 a 20%	4	3	4	11
	Até 10%	0	4	18	22
	Não respondeu	0	0	1	1
Total		17	16	41	74

Fonte: elaborado pelos autores

O quadro seguinte mostra a frequência exportadora por tamanho de empresa. Pode-se perceber que todas as empresas são exportadoras contínuas.

Quadro 4: Frequência exportadora, por tamanho da empresa

		Grande	Média	Pequena	Total
Frequência Exportadora das empresas da amostra	Exportadoras Contínuas		11	27	55
	Exportações com interrupções	Todas são Exportadoras Contínuas	2	7	9
	Exportações esporádicas		3	5	8
	Deixou de Exportar		0	1	1
	Não respondeu		0	1	1
	Total		17	16	41

Fonte: Elaborado pelos autores

Quanto ao aspecto relacionado ao acompanhamento das negociações internacionais, por tamanho da empresa, as respostas foram diferenciadas. A maioria das empresas, independente de tamanho, afirma acompanhar as negociações internacionais, embora não obtenham as informações de seu interesse. O que se mostra preocupante no quadro 4 é o número significativo de empresas que afirma desconhecer mecanismos para acompanhamento das negociações internacionais, 23,5% das grandes, 37,5% das médias e 26,8% das pequenas.

Quadro 5: Acompanhamento das negociações internacionais, por tamanho da empresa

		Grande	Média	Pequena	Total
Acompanhamento Negociações Internacionais pelas empresas da amostra	Sim, freqüentemente	4	2	16	22
	Sim, mas raramente obtemos informações de interesse	9	8	14	31
	Não, desconhecemos	3	6	10	19
	Não respondeu	1	0	1	2
	Total	17	16	41	74

Fonte: elaborado pelos autores

A partir da análise dos dados abaixo, pode-se observar que a maioria das empresas, independente de tamanho, afirma desconhecer a possibilidade de analisar as listas de ofertas de produtos nos fóruns de negociação, 58,8% das grandes; 50% das médias e 51,2% das pequenas. A dificuldade de obter informações relevantes não permite que haja aprendizagem e maturação, resultando em falta de conhecimento, o que pode explicar porque tantas outras empresas ainda não iniciaram seu processo de internacionalização.

Quadro 6: Análise das listas de ofertas de produtos nos fóruns de negociação, por tamanho da empresa

		Grande	Média	Pequena	Total
Análise das listas de ofertas de produtos nos fóruns de negociação	Sim, freqüentemente.	3	0	7	10
	Sim, mas raramente obtemos informações de interesse.	3	7	13	23
	Não, desconhecemos.	10	8	21	39
	Não respondeu	1	1	0	2
	Total	17	16	41	74

Fonte: elaborado pelos autores

A seguir, se encontram relacionados os ramos industriais que caracterizam a amostra.

Quadro 7: Caracterização da amostra, por ramos industriais

	Alimentos e Bebidas	Madeira	Mecânico	Metalúrgico	Moveleiro	Vestuário	Total Empresas
Número de empresas	9	17	9	14	13	12	74
Número de Empregados das empresas da amostra	29.125	3.749	6.525	7.134	4.458	5.295	56.286
Valor Exportado 2002 pelas empresas da amostra	477 milhões	41 milhões	308 milhões	197 milhões	91 milhões	26 milhões	1.140 milhões

Fonte: elaborado pelos autores

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

No processo de tabulação de dados, as respostas foram classificadas por atividade industrial com o objetivo de identificar a existência ou não de um comportamento comum às empresas de cada atividade. Primeiramente, apresentam-se os dados coletados da atividade alimentar, seguida da madeireira e da indústria mecânica.

ALIMENTOS

Do total das empresas, nove responderam à pesquisa.

Quadro 8: Caracterização da amostra, por tamanho da empresa, indústria alimentar

	Grande	Média	Pequena	Total
Empresas pesquisadas	5	2	2	9
Número de Empregados das empresas da amostra	28.884	200	41	29.125
Exportações em 2002 (US\$) das empresas da amostra	475 milhões	1,98 milhão	102 mil	477 milhões

Fonte: elaborado pelos autores

Dos questionários respondidos pode-se concluir que a maioria das empresas pesquisadas do setor de alimentos afirmou ser exportadora contínua (89%), não havendo interrupções nas suas exportações desde do início da prática exportadora, mostrando uma maturidade e planejamento do setor. Mais da metade das empresas pesquisadas previu

que o aumento das exportações em 2003 seria 11% a 30% superior ao valor exportado em 2002. Dentre os programas de incentivos utilizados pelo setor de alimentos, os mais utilizados são o ACC/ACE, desoneração do IPI/ICMS. O FGPC é desconhecido pela maioria das empresas e as que conhecem afirmam não ter interesse em utilizá-lo.

O setor de alimentação revela que as maiores dificuldades enfrentadas quanto às exportações encontram-se relacionadas às questões de obtenção de garantia de crédito à exportação e a um sistema de seguro de crédito mais eficaz. As questões menos relevantes são as negociações com clientes, visita a clientes e adaptação de produtos ao mercado externo.

Outros obstáculos externos relevantes para o setor de alimentos são barreiras tarifárias e não tarifárias impostas pelo mercado externo, a desvalorização cambial brasileira que foi inferior ao aumento dos preços internos, a deficiente promoção comercial brasileira e a burocracia de órgãos governamentais. Por outro lado, a concorrência internacional, as escalas de navegação e as restrições à importação de insumos e bens de capital não interferem no desempenho exportador da indústria alimentar.

As empresas alimentícias pertencentes à amostra identificaram, ainda, como obstáculos internos ao incremento das exportações a dificuldade na obtenção de recursos para financiar a produção, a sua fragilidade em enfrentar o elevado grau de risco de uma exportação e a incerteza quanto ao fornecimento de matéria prima. Não foram consideradas barreiras às vendas externas, a equipe especializada em exportação e uma adequada capacidade instalada.

A maioria das empresas pesquisadas afirma que acompanha as negociações internacionais frequentemente (acima da média das empresas pesquisadas). Entretanto, uma grande parte (45%) das empresas acredita que não obtém informações que sejam de seu interesse nas listas de negociações, e 33% as desconhecem completamente.

MADEIRA

Metade das empresas da indústria madeireira pesquisada é exportadora contínua, sendo que 38% da amostra exporta com interrupções. Todas as empresas que exportam com interrupções ou associadas a uma oportunidade são empresas de pequeno porte. Uma empresa de pequeno porte, com exportações abaixo de US\$ 100.000,00, deixou de exportar em 2003.

(1) uma empresa não respondeu. Quadro 9: Caracterização da amostra, por tamanho da empresa, indústria madeireira

	Grande	Média	Pequena	Total
Empresas pesquisadas	02	03	12	17
Número de Empregados das empresas da amostra	2.804	483	462	3.749 ⁽¹⁾
Exportações em 2002 (US\$) das empresas da amostra	29 milhões	9 milhões	35 milhões	41 milhões

Fonte: elaborado pelos autores

Os programas e incentivos à exportação mais utilizados pela indústria madeireira são a desoneração do IPI/ICMS e a restituição do PIS/COFINS. O ACC/ACE são as modalidades de financiamento à exportação mais utilizadas. As maiores dificuldades identificadas pela indústria madeireira são relativas ao preço do produto exportado, não considerado competitivo; a negociação com clientes no exterior e a falta de um sistema de crédito à exportação eficaz. São considerados irrelevantes: a coordenação de rotinas e procedimentos da exportação, a obtenção de informações dos mercados importadores, além da necessidade de ampliação da capacidade produtiva.

Os obstáculos externos considerados mais relevantes como barreiras à exportação da indústria madeireira foram: a burocracia dos órgãos governamentais brasileiros, a desvalorização cambial inferior à inflação e os excessivos tributos domésticos. A carência de escala de navegação e as altas taxas portuárias domésticas não são consideradas obstáculos à exportação pela maioria das exportadoras madeireiras. Já, os obstáculos internos à exportação mais citados pelas empresas madeireiras foram a insuficiência de recursos para financiar a produção e os preços não-competitivos.

A maioria das empresas exportadoras madeireiras afirma que desconhece como tem transcorrido as negociações internacionais. Das que afirmam acompanhar, 2 exportam mais de US\$ 1 milhão e 1 empresa menos que US\$100.000,00. Quase a totalidade das empresas madeireiras que participaram da pesquisa desconhece as listas de negociação ou não tem tido informações que sejam de seu interesse.

MECÂNICA

As empresas da indústria mecânica têm, na maioria (62%), alta frequência exportadora e são exportadoras contínuas. O restante (38%) afirma que as suas exportações estão associadas a uma oportunidade específica, não havendo, portanto, uma estratégia exportadora definida.

Todas estas são pequenas empresas. Os programas e incentivos à exportação utilizados pelo setor mecânico são também os mais utilizados por outros setores. O mais indicado pelas empresas é a desoneração do IPI/ICMS, seguido do Adiantamento do Contrato de Câmbio e de Exportação e da restituição do PIS/COFINS. Alguns instrumentos de incentivo às exportações são desconhecidos das empresas, principalmente das pequenas empresas. O mais desconhecido é o FGPC, seguido do PROEX, do crédito do BNDES para implantação de filiais no exterior, do BNDES-Exim e do ACC/ACE, este desconhecido por duas empresas de pequeno porte.

Quadro 10: Caracterização da amostra, por tamanho da empresa, indústria mecânica

	Grande	Média	Pequena	Total
Empresas pesquisadas	2	3	4	9
Número de Empregados das empresas da amostra	5.814	581	130	6.525
Exportações em 2002 (US\$) pelas empresas da amostra	290 milhões	17,5 milhões	660 mil	308 milhões

Fonte: Elaborado pelos autores

As dificuldades descritas pelas empresas como menos relevantes estão associadas à produção. Quase a metade das empresas pesquisadas considera irrelevante adaptar produtos e processos produtivos para atender o mercado externo. O contato com o cliente no exterior e o aumento da capacidade de produção não são encarados como uma dificuldade para cerca de 40% das empresas. Os quesitos mais citados pelas empresas como dificuldades relevantes ao exportador foram: a necessidade de aumentar a capacidade de investimento, ter pouca garantia de crédito, e não ter acesso a um sistema de financiamento mais eficaz. Os obstáculos à exportação, externos à empresa, estão na desvalorização cambial inferior à inflação, na incidência de tributos domésticos às exportações e na burocracia dos órgãos governamentais. A necessidade de incentivos fiscais para a exportação é considerada pela maioria das empresas como muito relevante. Os itens relativos ao transporte internacional, ao transporte doméstico e à crise econômica do mercado externo não foram considerados obstáculos relevantes à exportação da indústria mecânica. Ressalta-se que os exportadores do ramo mecânico apontaram como uma restrição as barreiras brasileiras à importação de insumos e de bens de capital como um obstáculo.

Os obstáculos internos à exportação identificados pela indústria mecânica foram: carência de recursos para financiar a produção, a insuficiência de informações sobre o mercado externo e a dificuldade de alocar recursos para o

marketing no exterior. Os pontos considerados menos relevantes para a expansão das exportações foram o fornecimento de matéria-prima, o pessoal interno especializado e a qualidade do produto. Observa-se que as empresas caracterizam as suas dificuldades e obstáculos sempre relativas a uma baixa capacidade financeira, relegando as dificuldades gerenciais a um segundo plano.

Todas as empresas pesquisadas informaram que acompanham as negociações internacionais que envolvem o seu ramo de atividade. A divergência ocorre em relação à obtenção de informações relevantes ao negócio. A maioria afirma que raramente obtém informações do interesse da empresa. Algumas empresas que afirmaram acompanhar como tem evoluído a negociação, não conhecem as listas de produtos que têm sido negociadas. Somente 29% das empresas pesquisadas conhecem o que o seu ramo de atividade tem colocado nas mesas de negociação com outros países.

ANÁLISE COMPARATIVA

Percebe-se uma diferença na composição das empresas exportadoras e uma maturidade no processo de internacionalização maior na indústria alimentícia. Quanto à identificação dos principais incentivos e dificuldades houve algumas diferenças de percepções entre as empresas dos diferentes setores mostrando que a internacionalização pode ser vista como um processo social ou sócio-econômico (SORENSEN, 1997) dependente das relações entre seus atores e de suas percepções. Pode-se observar, entretanto, que na maioria das citações dos entrevistados identificaram-se vários pontos em comum, o que denota elevado grau de homogeneidade na percepção dos atores dos diferentes setores. Estudos posteriores podem deter-se nesse problema, buscando identificar por que os setores apresentam percepções idênticas em relação a determinados obstáculos à exportação. As razões podem estar na identidade de estágios de internacionalização quanto no determinismo do ambiente geral.

Quadro 11: Comparativo dos dados coletados

Aspecto analisado	Alimentos 55,5% Grandes empresas	Madeira 70,6% Pequenas empresas	Mecânica 44% Pequenas 33% Médias
Exportações Contínuas	89%	62%	62%
Programas de Incentivo	ACC/ACE; Desoneração do IPI/ICMS	Desoneração do IPI/ICMS; Restituição do PIS/COFINS; ACC /ACE.	Desoneração do IPI/ICMS; Restituição do PIS/COFINS; ACC/ACE .
Obstáculos Externos	Obtenção de garantia de crédito à exportação e a um sistema de seguro de crédito mais eficaz ; barreiras tarifárias e não tarifárias impostas pelo mercado externo, a desvalorização cambial brasileira , a deficiente promoção comercial brasileira e a burocracia de órgãos governamentais	Preço do produto exportado, a negociação com clientes no exterior, a falta de um sistema de crédito à exportação eficaz, burocracia dos órgãos governamentais brasileiros , a desvalorização cambial inferior à inflação e os excessivos tributos domésticos.	Necessidade de aumentar a capacidade de investimento, ter pouca garantia de crédito, e não ter acesso a um sistema de financiamento mais eficaz , estão na desvalorização cambial inferior à inflação, na incidência de tributos domésticos às exportações e na burocracia dos órgãos governamentais .

Obstáculos internos	Dificuldade na obtenção de recursos para financiar a produção, a sua fragilidade em enfrentar o elevado grau de risco de uma exportação e a incerteza quanto ao fornecimento de matéria prima.	Insuficiência de recursos para financiar a produção e os preços não-competitivos.	Carência de recursos para financiar a produção, a insuficiência de informações sobre o mercado externo e a dificuldade de alocar recursos para o marketing no exterior
Desconhecimento de informações	33%	Quase 100%.	A maioria das empresas desconhece.

Fonte: Elaborado pelos autores

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do presente artigo objetivou-se apresentar os dados de uma pesquisa desenvolvida junto à Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina - FIESC, no que concerne aos aspectos restritivos à exportação das empresas exportadoras catarinenses. Três setores da economia foram destacados: o setor de alimentos, o setor madeireiro e o setor mecânico.

A justificativa do estudo se deu devido à representatividade do Estado de Santa Catarina na pauta das exportações nacionais. Isto faz com que o estudo dos aspectos restritivos à ampliação e à manutenção das exportações se torne importante, na medida em que pode revelar conhecimentos estratégicos sobre as dificuldades no processo de internacionalização dessas empresas, nos seus diversos setores, à luz das percepções do empresariado.

O estudo exploratório realizado nas empresas exportadoras catarinenses revelou dados e informações importantes sobre as dificuldades encontradas por estas empresas para exportar seus produtos. Após uma breve apresentação de algumas teorias de internacionalização, partiu-se para a apresentação dos dados relativos a três segmentos econômicos. Observa-se que, entre os diferentes setores da economia, alguns aspectos são claramente revelados por todos os setores como sendo restritivos à exportação, ao passo que outros aspectos são, ao mesmo tempo, irrelevantes e importantes para segmentos distintos. Dentre os aspectos mais citados como restritivos destaca-se a dificuldade de obtenção de crédito por parte das empresas, a burocracia dos órgãos governamentais, a desvalorização cambial inferior à inflação e a incidência de tributos domésticos às exportações. Por outro lado, aspectos como as negociações com clientes e adaptação de produtos ao mercado externo foram irrelevantes para os setores de alimentos e mecânico e importantes para o setor madeireiro. Neste sentido, pode-se inferir que a internacionalização pode ser vista como um processo social ou sócio-econômico (SORENSEN, 1997). Apesar da existência de um ambiente objetivo, os atores, por meio das suas interações, podem captar uma visão de mundo comum ou não que, para o observador, pode parecer um fato objetivo, enquanto isto pode ser tão somente um modo inter-subjetivo e acordado de comportamento. Talvez isto explique a homogeneidade de interpretação

entre a maioria das empresas do mesmo setor e a percepção diferenciada entre empresas de setores diferentes, como é o caso da indústria madeireira.

Associada à teoria da interação pode estar a explicação da teoria de estágios, que vê o processo de internacionalização das empresas a partir de passos subsequentes. Muitos aspectos restritivos, nesse sentido, podem estar associados ao estágio em que se encontra a empresa. Todavia, essa perspectiva tende a ser melhor explicada se associada à anterior ou mesmo associada à teoria contingencial ou à análise da indústria. Assim, pode-se concluir que as diferentes teorias podem, juntas, obter uma explicação mais plausível sobre os processos de internacionalização das empresas do que se analisadas separadamente.

REFERÊNCIAS

- ANDERSEN, O. On the internationalization process of firms: a critical analysis. **Journal of International Business Studies**. Columbia, University of South Carolina, v. 24, n. 2, pp. 209 -231, Second Quarter 1993.
- BILKEY, W.; TESAR, G. The Export Behaviour of Smaller-sized Wisconsin Manufacturing Firms. **Journal of International Business**, Spring, 1978.
- COASE, R. H. The Nature of the Firm. **Economica**, n.4; p. 386-405, 1937.
- DUNNING, J. **Multinational Enterprises and Global Economy**. Wokingham: Addison Wesley, 1994.
- CHRISTENSEN, C. H., ROCHA, A. da, e GERTNER, R. K. An empirical investigation of the factors influencing exporting success of Brazilian Firms. **Journal Of International Business Studies**. Columbia, University of South Carolina, v. 18, n. 3, p.61-77, Fall 1987.
- ERIKSSON, K., JOHANSON, J., MAJKGARD, ANDERS e SHARMA, D. D. Experiential knowledge and cost in the internationalization process. **Journal of International Business Studies**. Columbia, University of South Carolina, v. 28, n. 2, p.337 -360, Second Quarter 1997.
- FUNDAÇÃO DOM CABRAL. **Internacionalização de empresas brasileiras**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.
- GHOSHAL, S.; PIRAMAL, G. AND BARTLETT, C.A. **Managing Radical Change: What Indian Companies Must Do to Become World Class**. Penguin Books, Índia, 2000.
- GOULART, L.; ARRUDA, C. A.; BRASIL, H. V. A Evolução na Dinâmica de Internacionalização. **Revista Brasileira de Comércio Exterior**, Rio de Janeiro, n.41, p. 31-40, Outubro/Dezembro 1994.
- GRAEL, I. e ROCHA, A. **O processo de internacionalização de uma empresa**. São Paulo: McGraw Hill, 1987.
- JOHANSON, J.; MATTSSON, L. G. Internationalization in Industrial Systems: A Network Approach. In Hood, N.; Vahlne (org). **Strategies in Global Competition**. London: Wiley, 1988.
- JOHANSON, J. AND VAHLNE, J. The internationalization Process of the firm - a model of knowledge Development and increasing Foreign commitments. **Journal of international Business Studies**, Spring/Summer, 1977.
- JOHANSON, J. ; WIEDERSHEIM, P. The internationalization of the Firm - Four Swedish Case Studies. **The Journal of Management Studies**, October, 1975.
- KEEGAN, W. J.; GREEN, M.C. **Princípios de marketing global**. São Paulo: Saraiva, 2000.
- KRAUS, P. G. **Modelo de internacionalização de empresas produtoras exportadoras brasileiras**. Florianópolis, 2000. 145f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2000.
- KRUGMAN, P.; OBSTFELD, M. **Economia Internacional: Teoria e Política**. São Paulo: MAKRON Books, 1999.
- LEWIN, K. **Teoria de campo e ciência social**. São Paulo: Pioneira, 1965.

LOUREIRO, F. A. e SANTOS, S. A. dos. Internacionalização de empresas brasileiras. **Revista de Administração**, São Paulo v. 26, n. 1, p. 23 -34, jan/mar 1991.

MDIC - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA E DO COMÉRCIO. Exportação Brasileira - Distribuição por Porte de Empresa. Disponível em http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivo/secex/porteempresa/2004_2003/porteempresa.doc. Acesso em 12 de setembro de 2005.

PORTER, M. **Vantagem Competitiva das Nações**. SP: Campus, 1990.

PREVIDELLI, J. J. **Mudanças organizacionais em empresas multinacionais**: estudo exploratório das EBIMs - Empresas Brasileiras Internacionalizadas no Mercosul. São Paulo, 1996. Tese (doutorado). São Paulo - Faculdade de Economia e Administração, Faculdade de São Paulo.

REZENDE, S. F. L. Gradualismo e descontinuidade em processos de internacionalização. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 37, n.1, p. 39-50, jan./mar. 2002.

ROCHA, A; CHRISTENSEN, C. H. The export experience of a developing country: a review of export behaviour and the performance of brazilian firms. In: CAVUSGIL, S. T. **Advances in international marketing**. Greenwich CT: JAI Press, 1994, vol.6, p.111-142.

ROCHA, A (org) **Internacionalização de empresas brasileiras**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

ROCHA, A (org). **As novas fronteiras: a multinacionalização das empresas brasileiras**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

SEIFRIZ, M. A. **O processo de internacionalização de pequenas e médias empresas industriais**: O caso da Olsen Indústria de Equipamentos Odontomédicos Ltda. Florianópolis, 2002. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, UDESC/ESAG, 2002

SORENSEN, O. J The internationalization of companies: Different Perspectives on how companies internationalize. **International Business Economics**. Aalborg University. Working Paper Series. No.: 23 1997.

SORENSEN, O. J.; KUADA, J. Approaches to the Intergration of Ghanaian Companies into the Global Economy: The case of Non-Traditional Products. **International Business Economics**. Aalborg University. Working Paper Series. No.: 30 1998.

SULLIVAN, D. Mensuring the degree of internationalization of a firm. *Journal of International Business Studies*, v. 25, n. 2, p. 325 -342, Second Quarter 1994.

TURNBULL, P. A Challeng to the Stages Theory of the Internationalization Process. In Rosson, P. E Reed, S. (org) **Managing Export Entry and Expansion**. New York: Praeger, 1987.