

Elementos de Administração 3

Clayton Robson Moreira da Silva
(Organizador)

Atena
Editora

Ano 2019

Clayton Robson Moreira da Silva

(Organizador)

Elementos de Administração

3

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Lorena Prestes e Geraldo Alves

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

E38 Elementos de administração 3 [recurso eletrônico] / Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (Elementos de Administração; v. 3)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-176-3

DOI 10.22533/at.ed.763191303

1. Administração. 2. Empreendedorismo. I. Silva, Clayton Robson Moreira da. II. Série.

CDD 658.4

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Elementos de Administração” compreende uma série com sete volumes de livros, publicados pela Atena Editora, os quais abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração. Este terceiro volume, composto por quinze capítulos, contempla trabalhos com foco em empreendedorismo, inovação e redes interorganizacionais e está dividido em três partes.

A primeira parte deste volume compreende cinco capítulos que reúnem estudos sobre empreendedorismo, proporcionando ao leitor uma ampla visão sobre o tema em suas diferentes facetas, uma vez que são apresentados trabalhos envolvendo ensino de empreendedorismo, intenção e orientação empreendedora, e o papel do empreendedorismo em contextos sociais e econômicos. A segunda parte deste volume agrega cinco capítulos que desenvolvem pesquisas sobre inovação, disponibilizando aos leitores um material diversificado sobre a temática, que engloba estudos sobre inovação em micro e pequenas empresas, na indústria, de produtos e social. Na terceira parte deste volume, são apresentados cinco capítulos que contemplam pesquisas sobre redes interorganizacionais e de cooperação, possibilitando a compreensão dos diferentes arranjos entre as organizações, bem como a origem e o desenvolvimento de redes de relações e cooperação.

Dessa forma, este terceiro volume é dedicado àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre os “Elementos de Administração” com foco em empreendedorismo, inovação e redes interorganizacionais, por meio de um arcabouço teórico construído por uma série de artigos desenvolvidos por pesquisadores renomados e com sólida trajetória no campo da administração. Ainda, ressalta-se que este volume agrega à área de administração à medida em que reúne um material rico e diversificado, proporcionando a ampliação do debate sobre os temas e conduzindo gestores, empreendedores e pesquisadores ao delineamento de novas estratégias de gestão de negócios, com foco na inovação e na construção de redes de relações e cooperações, objetivando o êxito empresarial.

Por fim, espero que este livro possa contribuir para a discussão e consolidação de temas relevantes para a área da administração, levando pesquisadores, docentes, gestores, analistas, consultores e estudantes à reflexão sobre os assuntos aqui abordados.

Clayton Robson Moreira da Silva

SUMÁRIO

PARTE I – EMPREENDEDORISMO

CAPÍTULO 1 1

LIMITAÇÕES EPISTEMOLÓGICAS DO ENSINO DE EMPREENDEDORISMO

André Luiz Kopelke

DOI 10.22533/at.ed.7631913031

CAPÍTULO 2 20

A INTENÇÃO EMPREENDEDORA COMO ATRATIVO PARA O DISCENTE EM ADMINISTRAÇÃO

Arlindo Faray Vieira

Renilson Pinheiro Silva

Ricardo Henrique da Rocha Oliveira

Tatiana Mendes Bacellar

Mirelle Faray Vieira

DOI 10.22533/at.ed.7631913032

CAPÍTULO 3 37

POR DENTRO DO SHOW: A ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA COMO A ESTRELA PRINCIPAL DO SHOWBIZ

Eduardo Dantas Soares

Marcos Rogério Mazieri

DOI 10.22533/at.ed.7631913033

CAPÍTULO 4 51

A PERCEPÇÃO DOS HABITANTES DE SÃO JOSÉ DOS CAMPOS EM RELAÇÃO AO EMPREENDEDORISMO SER UM POSSÍVEL AGENTE AMENIZADOR SOBRE O DESEMPREGO

Maximilian Espuny

Mauricio Bueno da Silva

DOI 10.22533/at.ed.7631913034

CAPÍTULO 5 59

EMPREENDEDORISMO INTERNACIONAL E AS ESTRATÉGIAS DE MITIGAÇÃO DO RISCO POLÍTICO

Luiz Paulo da Silva Costa

DOI 10.22533/at.ed.7631913035

PARTE II – INOVAÇÃO

CAPÍTULO 6 79

INOVAÇÃO NA MICRO E PEQUENA EMPRESA: CATALISADORES E BARREIRAS

Tiago Bomfim Claudino

Sandra Maria dos Santos

Augusto César de Aquino Cabral

Maria Naiula Monteiro da Silva

DOI 10.22533/at.ed.7631913036

CAPÍTULO 7 98

INOVAÇÃO NA INDÚSTRIA DO AMAZONAS: UMA ANÁLISE DOS DADOS DA PINTEC

Bartolomeu Miranda Pereira

Maria Emilia Melo da Costa

DOI 10.22533/at.ed.7631913037

CAPÍTULO 8 113

INTEGRAÇÃO DO CONHECIMENTO E INOVAÇÃO ABERTA: UM ENFOQUE INTERCULTURAL

Kleber Luís Celadon

Roberto Sbragia

DOI 10.22533/at.ed.7631913038

CAPÍTULO 9 131

P&D E MARKETING INTEGRADOS PARA O SUCESSO NA INOVAÇÃO DE PRODUTOS: A EXPERIÊNCIA DE UMA FABRICANTE DE MATÉRIAS-PRIMAS COSMÉTICAS (ARTIGO PUBLICADO NA REBRAE, V.10 N.2, MAIO-AGO 2017)

Eduardo Pinheiro Gondim de Vasconcellos

Fabiano Gregolin

DOI 10.22533/at.ed.7631913039

CAPÍTULO 10 147

CRIPTOMOEDAS E *BLOCKCHAIN* NO PROCESSO DE INOVAÇÃO SOCIAL

Fernando Alves Silveira

Érico Souza Costa

Amilde Adílio Cardoso

DOI 10.22533/at.ed.76319130310

PARTE III – REDES INTERORGANIZACIONAIS E DE COOPERAÇÃO

CAPÍTULO 11 158

AS REDES DE PAÍSES IMPORTADORES DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS BRASILEIRAS NOS ANOS DE 2010 A 2014

Flávia Braga Chinelato

Diogo Batista de Freitas Cruz

DOI 10.22533/at.ed.76319130311

CAPÍTULO 12 175

A CONFIANÇA E O COMPROMETIMENTO COMO CATALISADORES DA EVOLUÇÃO DAS REDES

Miguel Eugenio Minuzzi Vilanova

Anne Carolina Tonon Seneme Casarin

Ernesto Michelângelo Giglio

DOI 10.22533/at.ed.76319130312

CAPÍTULO 13 193

RELAÇÃO ENTRE CONFIANÇA, COMPROMETIMENTO E DESEMPENHO EM REDES INTERORGANIZACIONAIS

Thaís Helena Vieira Lobo

Alejandro Lynn Pereira Ramirez

Renato Telles

DOI 10.22533/at.ed.76319130313

CAPÍTULO 14209

A INFLUÊNCIA DA COOPERAÇÃO E DA COMPETIÇÃO NA COOPETIÇÃO: UM ESTUDO NOS CLUSTERS VAREJISTAS DA CIDADE DE SÃO PAULO

Rosângela Sarmiento Silva

Denis Donaire

Leandro Campi Prearo

Marcos Antonio Gaspar

DOI 10.22533/at.ed.76319130314

CAPÍTULO 15227

COOPERAÇÃO TÉCNICA UNIVERSIDADE-EMPRESA: INICIATIVA ESTRATÉGICA PARA ALAVANCAR A COMPETITIVIDADE DO SETOR METALMECÂNICO NO ESTADO DO CEARÁ

Priscilla Marques Carneiro

DOI 10.22533/at.ed.76319130315

SOBRE O ORGANIZADOR.....245

AS REDES DE PAÍSES IMPORTADORES DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS BRASILEIRAS NOS ANOS DE 2010 A 2014

Flávia Braga Chinelato

Universidade FUMEC

Belo Horizonte, MG

Diogo Batista de Freitas Cruz

Centro Universitário UMA

Belo Horizonte, MG

RESUMO: A internacionalização de empresas é um campo de estudo amplamente estudado com o foco nas multinacionais. Entretanto, nos últimos anos, a partir da década de 1990, surgiram diversos estudos focando nas PMEs. Percebeu-se que embora estas empresas sejam pequenas em tamanho e faturamento, elas são responsáveis por grande parte da mão de obra empregada no Brasil e em diversos países. Esta pesquisa teve como objetivo analisar a rede de países que são importadores do Brasil. Trata-se de pesquisa qualitativa de natureza descritiva. Os dados utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa são secundários e foram coletadas informações no banco de dados disponibilizado pelo governo federal chamado Aliceweb, posteriormente foram tratados com o programa excel e utilizado o sistema Ucinet. Os principais resultados apontam que tanto as pequenas, quanto as médias empresas, tem os Estados Unidos como o principal país importador e a Argentina como o segundo

principal parceiro quando verificado em valor exportado em dólar americano. Isto significa uma concentração muito grande nestes dois países, resultando em pouca diversidade com outros mercados. Outro resultado encontrado foi que tanto as pequenas, quanto as médias empresas tem um comportamento similar no valor exportado durante o período analisado, ainda que entre elas a diferença em valores seja considerável.

PALAVRAS-CHAVE: Redes, Importação, Exportação, Internacionalização de PMEs

1 | INTRODUÇÃO

As pequenas e médias empresas muitas vezes acreditam que não podem participar do comércio exterior por serem pequenas e não terem os grandes volumes de importação e exportação das grandes empresas. Entretanto isto é um mito que precisa ser quebrado no Brasil. É perfeitamente possível que as PMEs possam participar de forma ativa neste cenário. Segundo os dados do AliceWeb, no ano de 2014, o Brasil exportou ao todo o montante de 225.100.884.831,00 milhões de USD, sendo que deste total 10.,00 milhões, foram somente pelas PMEs. Percetualmente o valor ainda é baixo, corresponde a 5% do valor total, mas isso pode

significar que há espaço para que estes dois portes de empresas possam aumentar sua participação e que precisam, de outro lado, mais estímulos e investimentos para que consigam chegar ao outro lado da fronteira.

No Brasil, as PMEs possuem um papel relevante na sociedade, pois empregam grande parte da mão de obra, são fonte de *start ups* de base tecnológica e movimentam a economia. Embora haja essa importância, enfrentam sérias dificuldades como limitação de recursos (internos e externos), regulação, tributação, são mais sensíveis as crises e mudanças políticas e econômicas de um país em instabilidade econômica e política.. Além disso, assim como as grandes empresas, elas precisam enfrentar as dificuldades por uma alta carga tributária, baixo retorno dos impostos pagos, custos elevados com mão de obra (a mesma para grandes firmas), custos logísticos, água e energia, assim como uma infraestrutura fragilizada no país. Nesse sentido os autores Ricupero e Barreto (2007) afirmam que a internacionalizar não é uma escolha voluntária, e sim a única alternativa para firmas enfrentarem as mudanças.

Todas estas dificuldades fazem que os gestores precisem repensar constantemente suas estratégias e buscar alternativas que possibilitem a permanência, sustentabilidade e o crescimento das empresas. Neste sentido, a exportação pode ser uma estratégia para aumentar diversificar os mercados, aumentar o faturamento e gozar dos outros inúmeros benefícios de ser uma empresa exportadora, como o sugerido por Vernon (1966) com o aumento do ciclo de vida do produto, pois em certos casos pode estar em declínio em seu mercado de origem, mas poderá ser prolongado em outro mercado menos desenvolvido.

Devido à importância das PMEs para o país e a perceptível necessidade de mais conhecimento sobre este perfil de empresas na balança comercial brasileira, esta pesquisa visa responder a seguinte pergunta: como foi a rede de exportação das PMEs no Brasil nos anos 2010 a 2014?

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a rede de países importadores dos produtos brasileiros realizados pelas PMEs no período de 2010 a 2014. Como objetivos específicos têm-se: (a) apresentar a quantidade de empresas que realizaram exportação no período; (b) identificar os valores em FOB dólar por porte de empresa; (c) apresentar a rede de países que importaram das PMEs brasileiras no período investigado e seus respectivos valores em FOB dólar.

A relevância deste tema esta em apresentar como é caracterizada a rede de países que importam produtos do Brasil, mostrando quem são os países que mais se relacionam. Dessa forma, o governo, as empresas e os demais interessados no tema podem futuramente traçar melhores estratégias para que estes laços sejam cada vez mais fortalecidos, por outro lado, importante saber quais são os países que precisam ampliar os relacionamentos, fortalecer os laços e diversificar ainda mais a rede com as empresas brasileiras interagem.

2 | INTERNACIONALIZAÇÃO DE PMES

Como se sabe, atuar em mercados exigentes, competir em mercados globais, além das fronteiras do seu país, era praticamente características das grandes multinacionais. Porém, hoje esta realidade é um pouco distinta em diversos países. A literatura acerca da internacionalização de empresas em grande parte foca nas multinacionais, mas aos poucos a internacionalização de PMEs vem ganhando força ao longo dos anos e muitos autores tem se destacado neste meio. Andersen, 1993; Bell (1995), Leonidou e Katsikeas (1996), Bell, Crick e Young (2004), entre vários outros.

Um dos modelos mais tradicionais sobre internacionalização de empresas é o da escola de Uppsala, desenvolvido por Johanson e Vahlne (1977) em que recomendam que a adoção do estratégia de exportação deve ser gradual, paulatina e sequencial. Isto é, as empresas devem começar a exportar de forma a construir um conhecimento ir acumulando e à medida que este auto reforço é positivo, ela vai se comprometendo mais e também indo para mercados mais distantes.

Dentro desta perspectiva é considerado quatro níveis de exportação: (1) considera que a empresa realiza exportações não regulares, ou seja, ocorre uma exportação sem demanda constante, de forma mais esporádica. (2) quando a empresa exporta utilizando representantes para auxiliar no mercado de destino. À medida que a empresa vai obtendo know-how a respeito daquele mercado, combinando o conhecimento e se sentindo mais confortável, avança para o (3) abertura de um escritório comercial, como forma de aproximação. (4) em um grau mais elevado de internacionalização o que a empresa faz é montar uma planta *greenfield* no país alvo.

No entanto, essa perspectiva tem sido criticada por alguns pesquisadores tais como Bonaccorsi, (1992), McKinsey & Co., (1993); McDougall et al, 1994; Oviatt e McDougall, (1994), Bell (1995); Boter e Holmquist, 1996; Coviello (1994) e Jones (1999) Madsen e Servais, (1997). Bell, Crick e Young (2004) afirmam que esta corrente contrariaria ao modelo de Uppsala já vem se ganhando força desde a década de 1990. Eles argumentam sobre as *born global*. Segundo Melen e Nordman (2008) a definição de *born global* é a empresa que deste o começo de suas atividades já descobre e busca oportunidades em outros países. Dentro desta perspectiva, uma empresa já nasce global, ou seja, ela não se torna internacional por forças internas ou externas, a empresa já nasce com este enforque. A principal característica dessas empresas é que os seus gestores iniciam os negócios focando em uma atuação internacional. Isso pode ser mais facilmente percebido em empresas ligadas aos setores de comunicação e tecnologia.

Outra questão explorada na literatura é feita por Bilkey e Tesar, (1977) que afirmam que na verdade as PMEs tendem a não ter a exportação como algo pensado estrategicamente, isto é, para esta corrente de pesquisadoras as pequenas e médias empresas não se planejam para a exportação, mas simplesmente respondem a

solicitação do mercado. Neste sentido é dizer que as empresas não são proativas a internacionalização.

Para os pesquisadores ligados a área de gestão estratégica, como Mintzberg (1973) e (Timmons, 1978; Gibbs e Scott, 1985; Shuman e Seeger, 1986), segundo Bell, Crick e Young (2004), um fator importante para o sucesso contínuo e uma expansão das pequenas empresas é a atividade de planejamento estratégico realizado por CEOs e que a estratégia formulação é essencialmente um processo de *top-down*.

Dessa forma, percebe-se que as PMEs vem ganhando espaço na literatura em consequência das atuações nos mercados internacionais que crescendo nas últimas décadas.

3 | ATUANDO EM REDES

Grandori e Soda (1995) definem redes como estrutura celular não rigorosa e composta de atividade de valor agregado, que constantemente introduzem novos materiais e elementos. As redes são formas de organização da atividade econômica que funcionam por meio de ações de coordenação e cooperação interorganizacionais. Essas relações, do ponto de vista econômico, baseiam-se em contratos formais ou informais firmados na estruturação da rede e na entrada de um novo integrante.

A definição de Castells (1999), para redes é que elas constituem um conjunto de nós interconectados, sendo que um nó depende do tipo de redes concretas no qual ele está inserido. Alves (2008) acrescenta ainda que são formas de, numa atividade em conjunto, organizar os relacionamentos entre os atores, privilegiando a cooperação mútua e a flexibilização da estrutura funcional. Essa interação, todavia, não elimina a competição e os conflitos de ideias.

Com o aumento da globalização e a crescente necessidade de elevar a competitividade, as empresas precisam buscar alternativas para aumentar a sua interação. Olave e Amato Neto (2001) afirmam que a formação redes de empresas ocorre a princípio visando reduzir incertezas e riscos, organizando atividades econômicas a partir da coordenação e cooperação entre empresas. Mantendo este mesmo ponto de vista os autores Alves et al (2010) consideram que uma estratégia eficaz é estabelecer redes de cooperação, pois é uma alternativa que a empresa tem para poder elevar o conhecimento, ao mesmo tempo poder compartilhar informações e enfrentar as mudanças, as inovações e se adaptar. Principalmente para as pequenas e médias empresas, conforme Alves et al (2010). Souza et al (2015, pag. 262) complementam esta ideia afirmando sobre “os esforços para sobrevivência e competitividade das micro e pequenas empresas (MPEs) têm se voltado cada vez mais para as parcerias, como forma alternativa de estratégia competitiva”.

Considerando a perspectiva de Bell (1995) e Child e Rodrigues (2010) em que a abordagem de redes para as pequenas e médias empresas é uma importante

alternativa para que elas possam superar as dificuldades da escassez de recursos, como já apontado anteriormente como um fator limitador da internacionalização das PMEs, o trabalho em redes no contexto internacional é uma importante ferramenta que pode corroborar para o melhor desempenho das empresas em mercados externos.

Bell (1995) complementa que os relacionamentos em redes podem impactar na expansão e desenvolvimento de mercado, pois o modo de entrada de uma PME poderá ser explicado conforme as oportunidades criadas pelos contatos de redes formais e informais.

Portanto, a internacionalização de PMEs aliada às redes pode ser uma alternativa de entrada e permanência das PMEs em novos mercados. É uma forma de trabalhar com um menor custo e obter informações que podem ser acumuladas ao longo dos anos. Andersson e Wictor 2003 afirmam que a construção de redes de contatos e alianças estratégicas em nível internacional é uma questão crítica para a sobrevivência.

4 | MÉTODOS E TÉCNICAS ADOTADAS

Esta pesquisa é qualitativa, conforme Creswell (2007), é interpretativa, ou seja, é o pesquisador que interpreta os dados. Isso significa que ela abrange a descrição de uma pessoa ou de um cenário, a análise de dados para a identificação de temas ou categorias e, finalmente, a interpretação ou conclusões sobre o seu significado, pessoal e teoricamente.

Quanto aos fins, a pesquisa é classificada como descritiva dada à intenção de desvendar e expor características de determinada população. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação. Neste estudo procurou-se analisar as redes de países que se relacionaram com as pequenas e médias empresas brasileiras nos anos de 2010 a 2014. Gil (2002) considera que analisar a pesquisa do ponto de vista empírico **é importante** para confrontar as descrições teóricas com as análises dos dados empíricos da realidade.

Os dados utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa são secundários e foram coletadas informações no banco de dados disponibilizado pelo governo federal chamado Aliceweb. Os dados coletados foram tratados com o programa excel. Para a formação das redes foi utilizado o sistema Ucinet 6 versão 11.0.035197.

O critério para definir as pequenas e médias empresas brasileiras foi seguido conforme o considerado pelo Aliceweb (2015):

A metodologia aplicada para enquadramento e identificação das empresas por porte, adotou o critério que associa o número de empregados da empresa e o valor exportado pela mesma no período considerado, distribuídos por ramo de atividade (indústria e comércio/serviços), ambos de acordo com os parâmetros adotados no Mercosul, conforme disposto nas Resoluções Mercosul-GMC nº 90/93 e 59/98, com os ajustes elaborados pelo Departamento de Estatística e Apoio à Exportação da Secretaria de Comércio Exterior (DEAEX/SECEX). (ALICEWEB, 2015 – Caderno

Dessa forma, tem-se o QUADRO 1, a seguir, para descrever a classificação de pequena e média empresa considerada para esta pesquisa.

PORTE	INDÚSTRIA		COMÉRCIO E SERVIÇOS	
	Nº Emprega- dos	VALOR	Nº Emprega- dos	VALOR
Pequena Em- presa	De 11 a 40	Até US\$ 3,5 milhões	De 6 a 30	Até US\$ 1,5 milhão
Média Empre- sa	De 41 a 200	Até US\$ 20 milhões	De 31 a 80	Até US\$ 7 milhões

Quadro 1: Classificação das empresas de pequeno e médio porte

Fonte: AliceWeb (Caderno de Metodologia) 2015

Ainda conforme o AliceWeb (2015) a identificação dos exportadores tem como base o CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica por estabelecimento (14 dígitos) e o número de empregados por empresa tem como base as informações da RAIS – Relação Anual de Informações Sociais, do Ministério do Trabalho.

5 | ANÁLISE DE DADOS

O primeiro momento da pesquisa foi identificar quantas empresas de pequeno e médio porte realizaram exportações durante o período de 2010 a 2014. Abaixo, tem-se uma tabela que demonstra os números por cada um dos anos.

	Nº EMPRE- SAS	Nº EMPRE- SAS	Nº EMPRE- SAS	Nº EMPRE- SAS	Nº EMPRE- SAS
	2010	2011	2012	2013	2014
PEQUENA	5.445	5.417	5.163	5.076	5.385
MÉDIA	5.681	5.710	5.464	5.546	5.926
Total	11.126	11.127	10.627	10.622	11.311

Tabela 1: Número de empresas que exportaram por cada porte de empresa no Brasil

Fonte: Dados do Aliceweb, 2015

Conforme a TAB. 1, é possível verificar que existem uma média de cinco mil empresas tanto de pequeno, quanto de médio porte e este número se mantém similar em cada um dos anos. O GRAFICO 1, a seguir, ilustra de forma clara.

Gráfico 1: Número de empresas exportadoras por porte nos anos 2010 a 2014 no Brasil

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Observa-se no GRAFICO 1 que no ano de 2011 houve uma forte queda no número de empresas exportadoras, tanto das pequenas, quanto das médias. Mas em 2013 houve um crescimento nos números para os dois portes.

Em relação a valor FOB dólar, tem-se na TAB. 3, a seguir, os valores de exportação das pequenas e médias empresas em cada um dos anos pesquisados e o valor total no período analisado.

	VALOR FOB USD 2010	VALOR FOB USD 2011	VALOR FOB USD 2012	VALOR FOB USD 2013	VALOR FOB USD 2014
PEQUENA	1.733.603.197	1.806.976.815	1.593.501.399	1.569.020.683	1.746.003.758
MÉDIA	8.198.995.145	8.819.000.104	8.132.378.170	7.905.567.267	8.663.853.913
TOTAL	9.932.598.342	10.625.976.919	9.725.879.569	9.474.587.950	10.409.857.671

Tabela 3: Valor em FOB dólar de exportação por porte de empresa no Brasil

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Conforme a TAB. 3, percebe-se que em valor FOB dólar, durante os anos selecionados o crescimento foi relativamente estável. Mantendo a média no período na casa dos 9 bilhões. Sendo uma considerável diferença entre as pequenas e as médias empresas, em torno de um milhão para as pequenas e as médias 8 bilhões.

O GRÁFICO 2, a seguir, permite uma melhor visualização deste cenário evolutivo.

Gráfico 2: Valor em FOB dólar de exportação por porte de empresa no Brasil

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Conforme o GRÁFICO 2 é possível verificar a linearidade no valor FOB dólar de exportação por porte de empresa. Assim como a considerável diferença no valor entre as pequenas e médias empresas. Mesmo que tenha havido queda no número de empresas exportadas, conforme verificado no GRÁFICO 1, em termos de valores a queda em FOB dólar não foi tão forte quanto o número de empresas.

Considerando a partir de agora, quem são os 10 principais países que importaram das PMEs brasileiras no ano de 2010 tem os quadros abaixo.

Ano de 2010

PEQUENAS EMPRESAS ANO 2010					
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL	
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 280.435.335,00	27%	16%	
2	ARGENTINA	\$ 182.680.601,00	18%	10%	
3	PARAGUAI	\$ 127.270.294,00	12%	7%	
4	CHINA	\$ 76.231.779,00	7%	4%	
5	URUGUAI	\$ 70.510.457,00	7%	4%	
6	ALEMANHA	\$ 66.772.025,00	7%	4%	

7	CHILE	\$	63.313.669,00	6%	4%
8	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$	56.765.642,00	6%	3%
9	FRANCA	\$	52.497.935,00	5%	3%
10	VENEZUELA	\$	50.429.890,00	5%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$	1.026.907.627,00	100%	57%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$	1.806.976.815,00		

Quadro 2: 10 principais países importadores das pequenas empresas no ano de 2010.

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

Conforme o QUADRO 2 é possível verificar que o total exportado pelos 10 principais países foi de USD 1.026.907.627,00. Isso significa que os 10 países juntos corresponderam a 57% do total exportado. Sendo que 16% deste valor foram apenas os Estados Unidos, enquanto em segundo lugar aparece a Argentina com 10%. Paraguai com 7% e os demais países entre 4 a 3%.

Em relação às médias empresas no ano de 2010, tem-se o quadro abaixo.

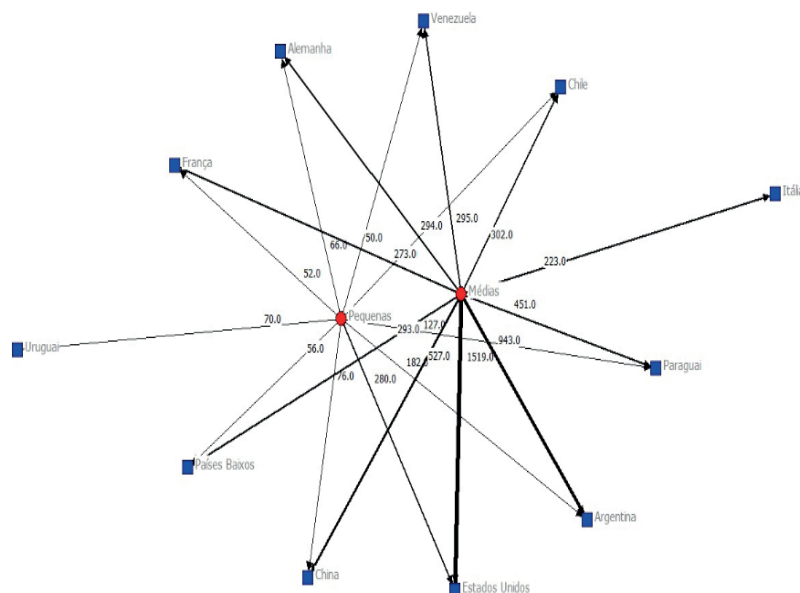
MÉDIAS EMPRESAS ANO 2010					
CLAS.	PAÍS		VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$	1.519.666.424,00	30%	17%
2	ARGENTINA	\$	943.891.288,00	18%	11%
3	CHINA	\$	527.716.853,00	10%	6%
4	PARAGUAI	\$	451.059.843,00	9%	5%
5	CHILE	\$	302.967.870,00	6%	3%
6	VENEZUELA	\$	295.866.775,00	6%	3%
7	ALEMANHA	\$	294.202.373,00	6%	3%
8	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$	293.961.773,00	6%	3%
9	FRANCA	\$	273.461.635,00	5%	3%
10	ITALIA	\$	223.125.689,00	4%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$	5.125.920.523,00	100%	58%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$	8.819.000.104,00		

Quadro 3: 10 principais países importadores das médias empresas no ano de 2010.

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Conforme o QUADRO 3, assim como as pequenas empresas, o somatório do valor FOB dólar dos dez principais países importadores do Brasil correspondeu a 58% do total exportado, sendo os Estados Unidos o principal importador com 17% e a Argentina em segundo lugar com 11%. Em terceiro lugar tem a China com 6%, o Paraguai em quarto com 5% e os demais países com 3% cada.

O GRAFO 1 mostra a formação em rede dos países pelas pequenas e médias empresas no ano de 2010.



Grafo 1: Formação das redes das PMEs no ano de 2010

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Conforme o GRAFO 1, as linhas mais grossas correspondem ao maior valor de importação realizado pelo país. É possível verificar que as pequenas e as médias empresas tem os Estados Unidos e Argentina como os maiores importadores, porém a densidade do laço das médias empresas é maior se comparado com as pequenas empresas.

Ano de 2011

PEQUENAS EMPRESAS ANO 2011

CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 288.966.646,00	30%	17%
2	ARGENTINA	\$ 159.641.434,00	16%	9%
3	PARAGUAI	\$ 115.312.331,00	12%	7%
4	CHINA	\$ 75.333.783,00	8%	4%
5	URUGUAI	\$ 64.284.559,00	7%	4%
6	ALEMANHA	\$ 63.849.660,00	7%	4%
7	CHILE	\$ 55.895.701,00	6%	3%
8	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 55.026.245,00	6%	3%
9	FRANCA	\$ 46.544.512,00	5%	3%
10	VENEZUELA	\$ 43.960.421,00	5%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 968.815.292,00	100%	56%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 1.733.603.197,00		

Quadro 4: 10 principais países importadores das pequenas empresas no ano de 2011.

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

No QUADRO 4 verifica-se que os 10 países juntos corresponderam a 56% do valor total das exportações das pequenas empresas no ano de 2011. Número semelhante

ao ano anterior. Mantendo também os Estados Unidos e Argentina como os principais países importadores das pequenas empresas brasileiras.

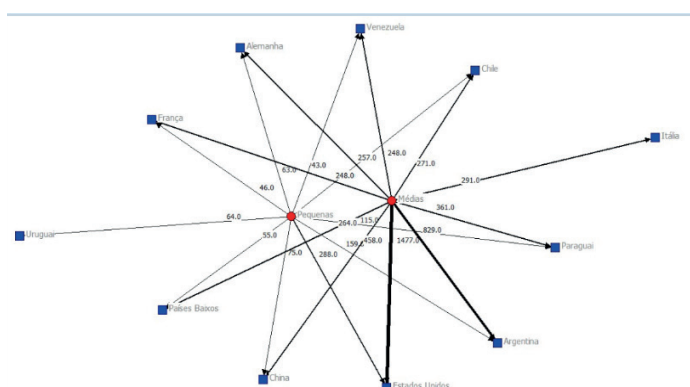
MÉDIAS EMPRESAS ANO 2011				
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.477.691.413,00	31%	18%
2	ARGENTINA	\$ 829.042.810,00	18%	10%
3	CHINA	\$ 458.682.195,00	10%	6%
4	PARAGUAI	\$ 361.551.762,00	8%	4%
5	CHILE	\$ 271.723.807,00	6%	3%
6	VENEZUELA	\$ 248.595.680,00	5%	3%
7	ALEMANHA	\$ 257.880.508,00	5%	3%
8	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 264.096.518,00	6%	3%
9	FRANCA	\$ 248.950.184,00	5%	3%
10	ITALIA	\$ 291.073.949,00	6%	4%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 4.709.288.826,00		
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 8.198.995.145,00	100%	57%

Quadro 5: 10 principais países importadores das médias empresas no ano de 2011.

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Assim como as pequenas empresas, o ano de 2011 manteve o mesmo perfil do ano anterior. Sendo o total exportado pelos 10 principais países correspondente a 57% e mantendo os Estados Unidos e Argentina como os dois maiores importadores.

O GRAFO 2 ilustra a rede dos países envolvidos com as pequenas e médias empresas no ano de 2011.



Grafo 2: Formação das redes das PMEs no ano de 2011

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

O GRAFO 2 ilustra as relações das pequenas e das médias empresas com os países que ambas interagiram no ano de 2011. É possível observar a forte interação com os Estados Unidos e Argentina. Sendo mais evidente a força do laço das médias empresas.

PEQUENAS EMPRESAS ANO 2012

CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 244.543.639,00	28%	15%
2	ARGENTINA	\$ 135.182.791,00	15%	8%
3	PARAGUAI	\$ 110.618.433,00	12%	7%
4	CHINA	\$ 71.032.103,00	8%	4%
5	URUGUAI	\$ 68.216.136,00	8%	4%
6	ALEMANHA	\$ 64.082.704,00	7%	4%
7	CHILE	\$ 57.125.704,00	6%	4%
8	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 50.456.315,00	6%	3%
9	FRANCA	\$ 43.118.568,00	5%	3%
10	VENEZUELA	\$ 42.522.438,00	5%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 886.898.831,00	100%	56%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 1.593.501.399,00		

Quadro 6: 10 principais países importadores das pequenas empresas no ano de 2012.

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

As pequenas empresas em 2012 mantiveram o mesmo perfil do ano de 2011. Os dez principais países exportadores juntos corresponderam a 56% do valor total FOB dólar e os Estados Unidos e Argentina são os dois principais importadores.

MÉDIAS EMPRESAS ANO 2012

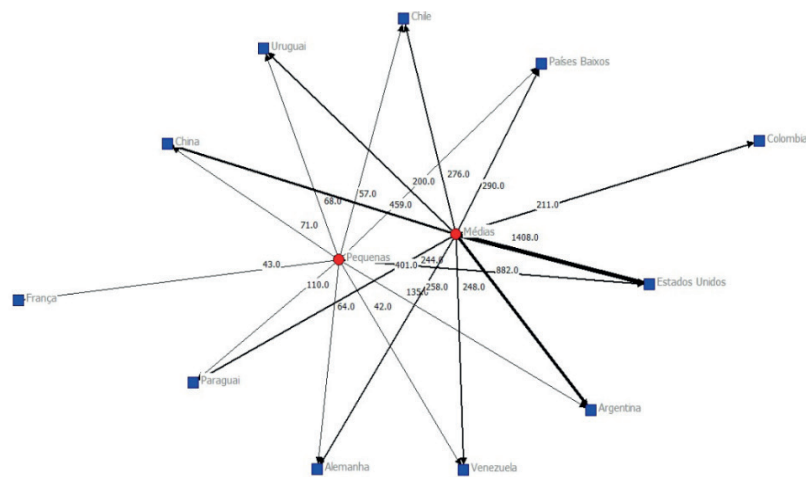
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.408.415.808,00	30%	17%
2	ARGENTINA	\$ 882.503.228,00	19%	11%
3	CHINA	\$ 459.173.191,00	10%	6%
4	PARAGUAI	\$ 401.305.326,00	9%	5%
5	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 290.327.133,00	6%	4%
6	VENEZUELA	\$ 281.348.717,00	6%	3%
7	CHILE	\$ 276.910.115,00	6%	3%
8	ALEMANHA	\$ 258.808.607,00	6%	3%
9	COLOMBIA	\$ 211.088.503,00	5%	3%
10	URUGUAI	\$ 200.909.571,00	4%	2%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 4.670.790.199,00	100%	57%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 8.132.378.170,00		

Quadro 7: 10 principais países importadores das médias empresas no ano de 2012.

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

As médias empresas em 2012 mantiveram o mesmo perfil do ano de 2011. Os dez principais países exportadores juntos corresponderam a 57% do valor total FOB dólar e os Estados Unidos e Argentina são os dois principais importadores.

O GRAFO 3 ilustra a rede dos países envolvidos com as pequenas e médias empresas no ano de 2012.



Grafo 3: Formação das redes das PMEs no ano de 2012

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

O GRAFO 3 ilustra as relações das pequenas e das médias empresas com os países que ambas interagiram no ano de 2012. É possível observar a forte interação com os Estados Unidos e Argentina. Sendo mais evidente a força do laço das médias empresas.

Ano de 2013

PEQUENAS EMPRESAS ANO 2013

CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 258.125.561,00	30%	16%
2	ARGENTINA	\$ 117.701.215,00	14%	8%
3	PARAGUAI	\$ 107.316.850,00	12%	7%
4	CHINA	\$ 71.083.156,00	8%	5%
5	URUGUAI	\$ 69.120.547,00	8%	4%
6	CHILE	\$ 57.841.112,00	7%	4%
7	ALEMANHA	\$ 55.568.129,00	6%	4%
8	HONG KONG	\$ 45.289.350,00	5%	3%
9	BOLIVIA	\$ 44.588.038,00	5%	3%
10	FRANCA	\$ 43.871.150,00	5%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 870.505.108,00	100%	55%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 1.569.020.683,00		

Quadro 8: 10 principais países importadores das pequenas empresas no ano de 2013.

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

No ano de 2013 o grupo dos dez principais importadores do Brasil teve uma ligeira queda no total exportado, correspondendo ainda 55% do total. Apesar do surgimento de novos países no grupo, com Bolívia e Hong Kong, os Estados Unidos e a Argentina

se mantiveram como os dois principais importadores.

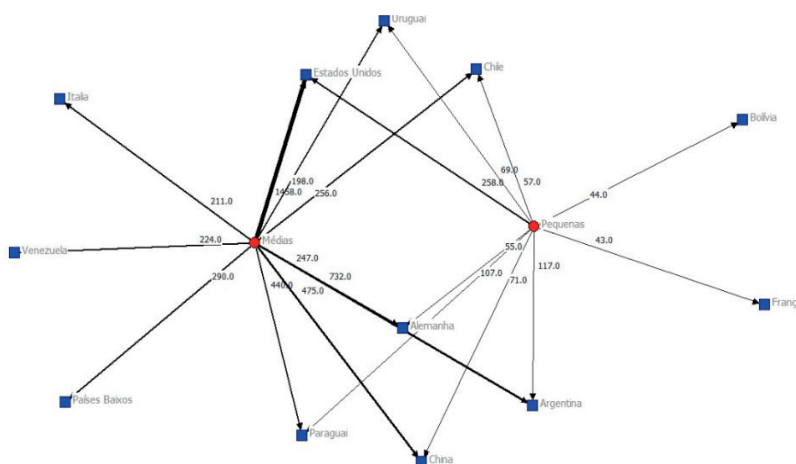
MÉDIAS EMPRESAS ANO 2013					
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL	
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.458.552.655,00	32%	18%	
2	ARGENTINA	\$ 732.128.377,00	16%	9%	
3	CHINA	\$ 475.328.252,00	10%	6%	
4	PARAGUAI	\$ 440.268.342,00	10%	6%	
5	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 298.461.573,00	7%	4%	
6	CHILE	\$ 256.302.589,00	6%	3%	
7	ALEMANHA	\$ 247.564.013,00	5%	3%	
8	VENEZUELA	\$ 224.833.650,00	5%	3%	
9	ITALIA	\$ 211.956.745,00	5%	3%	
10	URUGUAI	\$ 198.722.101,00	4%	3%	
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 4.544.118.297,00		100%	57%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 7.905.567.267,00			

Quadro 9: 10 principais países importadores das médias empresas no ano de 2013.

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

As médias empresas em 2013 mantiveram o mesmo perfil do ano de 2012. Os dez principais países exportadores juntos corresponderam a 57% do valor total FOB dólar e os Estados Unidos e Argentina são os dois principais importadores.

O GRAFO 4 ilustra a rede dos países envolvidos com as pequenas e médias empresas no ano de 2013.



Grafo 4: Formação das redes das PMEs no ano de 2013

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

O GRAFO 4 ilustra as relações das pequenas e das médias empresas com os países que ambas interagiram no ano de 2013. É possível observar a forte interação com os Estados Unidos e Argentina. Sendo mais evidente a força do laço das médias empresas, assim como percebido nos anos anteriores.

PEQUENAS EMPRESAS ANO 2014

CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 312.164.474,00	33%	18%
2	PARAGUAI	\$ 123.058.930,00	14%	8%
3	ARGENTINA	\$ 112.912.243,00	13%	7%
4	CHINA	\$ 78.567.106,00	9%	5%
5	URUGUAI	\$ 55.181.804,00	6%	4%
6	ALEMANHA	\$ 53.835.201,00	6%	3%
7	BOLIVIA	\$ 52.306.684,00	6%	3%
8	ITALIA	\$ 51.074.279,00	6%	3%
9	CHILE	\$ 49.893.820,00	6%	3%
10	REINO UNIDO	\$ 47.897.102,00	6%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 936.891.643,00	100%	58%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 1.746.003.758,00		

Quadro 10: 10 principais países importadores das pequenas empresas no ano de 2014.

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

Conforme o QUADRO 10, o grupo dos dez principais países importadores das pequenas empresas brasileiras corresponderam juntos o total de 58% do total importado. Em relação ao ano anterior percebe-se uma mudança, pois o segundo lugar ficou com o Paraguai e a Argentina ficou em terceiro, como principal importador. Mas os Estados Unidos se mantiveram como o principal importador das pequenas empresas brasileiras.

MÉDIAS EMPRESAS ANO 2014

CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.588.172.437,00	32%	18%
2	ARGENTINA	\$ 771.152.529,00	16%	9%
3	PARAGUAI	\$ 502.779.869,00	10%	6%
4	CHINA	\$ 494.087.925,00	10%	6%
5	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 289.586.170,00	6%	3%
6	CHILE	\$ 276.861.846,00	6%	3%
7	ALEMANHA	\$ 244.456.717,00	5%	3%
8	URUGUAI	\$ 242.461.946,00	5%	3%

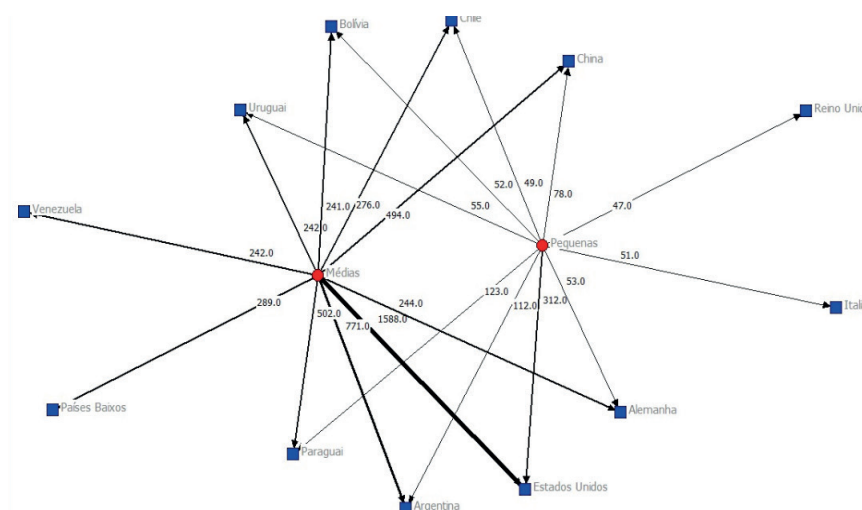
9	VENEZUELA	\$		
		242.350.691,00	5%	3%
10	BOLIVIA	\$		
		241.207.163,00	5%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$		
		4.893.117.293,00		
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$	100%	56%
		8.663.853.913,00		

Quadro 11: 10 principais países importadores das médias empresas no ano de 2014.

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

As médias empresas em 2014 mantiveram o mesmo perfil do ano de 2013. Os dez principais países exportadores juntos corresponderam a 56% do valor total FOB dólar, ligeira queda em relação ao ano anterior e os Estados Unidos e Argentina são os dois principais importadores, assim como em todos os anos anteriores pesquisados.

O GRAFO 5 ilustra a rede dos países envolvidos com as pequenas e médias empresas no ano de 2013.



Grafo 5: Formação das redes das PMEs no ano de 2014

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

O GRAFO 5 ilustra as relações das pequenas e das médias empresas com os países que ambas interagiram no ano de 2014. É possível observar a forte interação com os Estados Unidos e Argentina. Sendo mais evidente a força do laço das médias empresas.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa era analisar a rede de países importadores das pequenas e médias empresas brasileiras nos anos de 2010 a 2014. Segundo os dados

da pesquisa, o número de empresas bem como os valores se manteve estáveis no período analisado, demonstrando uma regularidade tanto nas pequenas, quanto as médias empresas.

Sobre os países importadores verificou-se que tanto as pequenas quanto as médias empresas tem os Estados Unidos como o principal país importador e a Argentina como o segundo, quando verificado o valor FOB dólar de exportação. Ambos tiveram declínio na importação de produtos importados no ano de 2011 e um ligeiro sinal de crescimento a partir do ano de 2013.

Percebeu-se que há uma concentração muito grande em pouca diversidade de países, isso tanto pelas pequenas, quanto pelas médias empresas. Apesar de terem uma forte diferença do valor FOB dólar de exportação ambos portes de empresas tem um comportamento muito similar durante o período analisado. Considerando Olave e Amato Neto (2001) sobre a possibilidade que as redes oferecem de reduzir riscos e incertezas, torna-se relevante fortalecer o trabalho em redes para as PMEs conseguirem atuar de forma mais imponente no mercado internacional.

Esta pesquisa se limitou as empresas de pequeno e médio porte e seus principais mercados de exportação. Como pesquisas futuras, sugere-se que seja feita uma investigação para todos os portes de empresas e um aprofundamento sobre os principais grupos de produtos exportados e seu comportamento ao longo dos anos.

REFERENCIAS

ALCÂNTARA, J. N.; CALEGARIO, C. L. L.; CARNEIRO, J. M. T.; BUCHBINDER, F. **Fatores Determinantes da Utilização de Programas de Apoio à Exportação: Evidências de PMEs do Estado de Minas Gerais.** *Revista de Administração FACES Journal*, v. 14, n. 3, p. 114-132, 2015.

ALVES, Juliano Nunes *et al.* Redes de cooperação de pequenas e médias empresas: os fatores competitivos aplicados em uma rede de imobiliárias. *Revista Gestão e Regionalidade*, v. 26, n.78, p. 18-35, set-dez. 2010.

ALVES, P. S. M. **Estruturação, gestão e governança de redes de pequenas e médias empresas: um estudo no varejo farmacêutico da região metropolitana de Belo Horizonte.** 96 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Administração, Universidade FUMEC, Belo Horizonte, 2008.

ANDERSSON, S.; WICTOR, I. **Innovative Internationalisation in New Firms: Born Globals – the Swedish Case.** *Journal of International Entrepreneurship*, v.1, p.249-276, 2003.

BELL, J. (1995). **The internationalization of small computer software firms: A further challenge to “stage” theories.** *European Journal of Marketing*, 29(8), 60–75

CAMPOS, Teodoro Malta; LIMA Edmilson de Oliveira, Júnior; Vladas Urbanavicius; Alves, Danilo Vieira. **INTERNACIONALIZAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A ATUAÇÃO DO SEBRAE.** *Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista*, v.5, n.1, p.36-50, 2011 (Jan/Abr)

CASTELLS, M. **A sociedade em rede.** 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHILD, J., RODRIGUES, S.B., & FRYNAS, G. (2009). **Psychic distance, its impact and coping modes: Interpretations of SME decision makers.** *Management International Review*, 49(2), 199-224.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa.** 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175p.

GRANDORI, A.; SODA, G. Inter-firm networks: antecedents, mechanisms and forms, **Organization Studies**, v. 16, n. 2, p. 183-214, 1995.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J-E. **The Internationalization Process of the Firm – a Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments.** *Journal of International Business Studies*, vol.8, n.1, 1977, p.23-32

JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-PAUL, W. **The Internationalization of the Firm – Four Swedish Cases.** *Journal of Management Studies*, October, 1975, p.305-322

LUCIAN, Rafael; OLIVEIRA Brigitte Renata Bezerra. **Como as corporações se internacionalizam? Uma análise dos modos de entrada sob a perspectiva dos países emergentes.** *Revista Administração e Diálogo*, v. 10, n. 1, 2008, p. 47-65.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing.** 3. ed. São Paulo. Atlas: 2000.

OLAVE, Maria Elena León; NETO, João Amato. **Redes de cooperação produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas.** *Gestão & Produção* v.8, n.3, p.289-303, dez. 2001.

RICUPERO, Rubens, BARRETO, Fernando Mello. A importância do investimento direto estrangeiro do Brasil no exterior para o desenvolvimento socioeconômico do país. In: ALMEIDA, André (Org.). **Internacionalização de Empresas Brasileiras: Perspectivas e Riscos.** Editora Campus. Rio de Janeiro: 2007.

VERNON, Raymond. **International Investment and International Trade In the Product Cycle.** *Quarterly Journal of Economics*, May 1966

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-176-3

