

O Papel dos Programas de Apoio à Exportação na Rápida Internacionalização de Pequenas e Médias Empresas Brasileiras

Autoria: Marcelo André Machado, Walter Meucci Nique, Felipe Bentancur Fehse

Resumo

Nas últimas quatro décadas, um conjunto crescente de transformações no ambiente internacional de negócios tem demonstrado que o comportamento das empresas, em seu processo de internacionalização, vem se alterando. De um processo de envolvimento lento e gradual com mercados externos, nos últimos anos verifica-se uma aceleração deste processo, principalmente para o caso das pequenas e médias empresas (PME). Mesmo ainda não havendo um consenso teórico, muitos estudos indicam que a rápida internacionalização estaria associada a setores de alta tecnologia, de tecnologia de informação e a países mais desenvolvidos. Contudo, o fenômeno da internacionalização acelerada de PME's não é limitado a países específicos, apesar das características peculiares de cada um afetarem a incidência deste tipo de empresa (MADSEN e SERVAIS, 1997; MOEN, 2002). Por outro lado, alguns estudos indicam que há uma necessidade de uma urgente revisão dos programas oficiais de apoio à exportação, para auxiliar estas PME's na sua precoce e acelerada inserção internacional (BELL *et al.*, 2001; FREEMANN *et al.*, 2006; KNIGHT e CAVUSGIL, 2005; MOEN, 2002). Assim, pela importância que as PME's representam para a economia nacional e para compreender a existência do fenômeno da rápida internacionalização no Brasil, bem como o papel do governo neste processo, o presente estudo foi elaborado. A partir de uma pesquisa de campo (*survey*) com 540 PME's exportadoras brasileiras de várias indústrias de manufatura, buscou-se, em um primeiro momento, verificar o impacto do nível de conhecimento sobre programas de apoio à exportação no desempenho exportador das PME's brasileiras. Em segundo lugar, algumas hipóteses sobre as características distintivas entre PME's de rápida internacionalização e PME's que apresentaram um comportamento mais lento de internacionalização foram testadas. Os resultados do teste das hipóteses do estudo realizado indicam que o nível de conhecimento sobre os programas de apoio não tem um impacto direto no desempenho exportador das PME's pesquisadas. Quanto às características distintivas entre as empresas pesquisadas, não houve suporte empírico para sustentar a ideia de que as PME's de rápida internacionalização conhecem mais sobre programas de apoio à exportação e que estas apresentam uma participação maior do faturamento internacional, quando comparadas com as outras empresas da amostra que desenvolveram um processo de internacionalização tradicional. Porém, as pequenas e médias empresas de rápida internacionalização pesquisadas parecem usar mais programas de apoio à exportação e atuam em um escopo geográfico maior que as demais PME's da amostra.

1.Introdução

A literatura de negócios internacionais argumenta que o processo de internacionalização de pequenas e médias empresas é melhor explicado por construções teóricas que remetem à lógica do processo gradual de aprendizagem e dos estágios de caráter incremental. O envolvimento gradual foi descrito no artigo seminal de Johanson e Vahlne (1977) como um processo incremental no qual, à medida que a empresa ganha experiência, há uma redução da incerteza e maior comprometimento com a atividade internacional. O trabalho destes autores e de outros que os seguiram construiu o que ficou conhecido como o modelo de Uppsala ou modelo-U. Bilkey e Tesar (1977), Cavusgil (1980) e Reid (1981) trouxeram um argumento similar ao modelo-U para o processo de internacionalização de pequenas e médias empresas. Para eles, uma empresa avançaria no seu processo de internacionalização por estágios de envolvimento a partir da decisão inovadora do seu principal gestor, o que ficou conhecido como modelo baseado na inovação ou modelo-I.

Porém, nos últimos anos, o conjunto das mudanças no ambiente competitivo mundial trouxe à tona um novo tipo de PME que, desde sua criação, uma parcela significativa de seu faturamento provém de atividades internacionais desenvolvidas em mais de um continente (KNIGHT e CAVUSGIL, 1996; OVIATT E MCDUGALL, 1994). Esse fenômeno recebeu vários nomes, entre os quais *Born Globals - BG*, *International New Ventures*, *Global Start-ups*, *Instant Internationals*, além de outros (MADSEN e SERVAIS, 1997; OVIATT e McDOUGALL, 1994; RIALP *et al.*, 2005).

O fenômeno da rápida internacionalização de empresas tem intrigado pesquisadores nas últimas décadas, principalmente pelas características peculiares deste tipo de empresa e, também, por contrariar o corolário das teorias tradicionais que explicam o processo de internacionalização das PME's. Alguns estudos já apontaram para o fato de que, neste novo contexto, o processo de internacionalização de empresas por estágios e de caráter incremental perdeu seu poder explicativo quando se analisa o caso destas pequenas e médias empresas de internacionalização acelerada (KNIGHT e CAVUSGILL, 1996; KNIGHT e CAVUSGILL, 2005; MOEN e SERVAIS, 2002; OVIATT e McDOUGALL, 1994).

Dadas às características das pequenas e médias empresas de rápida internacionalização, com executivos mais comprometidos e experientes em atividades internacionais, bem como o uso de estratégias de maior envolvimento no mercado externo, é clara e urgente a chamada para uma reconfiguração dos atuais programas oficiais de apoio às exportações (BELL *et al.*, 2001; CRICK e JONES, 2000; FREEMANN *et al.*, 2006; KNIGHT e CAVUSGIL, 2005; MOEN, 2002; OVIATT e McDOUGALL, 1995). Gabrielsson *et al.* (2004), por exemplo, descobriram que empresas BG necessitam de programas específicos de apoio, diferente dos utilizados por empresas não-*born global*.

Cavusgil e Naor (1987), Seringhaus (1986), Shamsuddoha e Ali (2006) e Singer e Czinkota (1994) revelaram que o uso dos programas de apoio à exportação está associado ao comprometimento dos executivos com as atividades internacionais e com reflexos na *performance* internacional dessas empresas. Gençtürk e Kotabe (2001) afirmam que empresas com alto nível de comprometimento em relação ao mercado externo estão em melhor posição para usar programas de apoio. O apoio governamental dirigido ao incremento das exportações traz, assim, reflexos no ritmo do seu processo de internacionalização e na *performance* internacional destas empresas (CRICK e CZINKOTA, 1995; GENÇTÜRK e KOTABE, 2001; KOTABE e CZINKOTA, 1995; SERINGHAUS, 1986; SINGER e CZINKOTA, 1994, WILKINSON e BROUTHERS, 2000). Dessa forma, é procedente a ideia de que PME's de rápida internacionalização estão mais aptas para utilizarem programas de suporte às exportações.

Por outro lado, o processo de abertura comercial brasileira, verificado a partir do início dos anos 90, bem como a consolidação de acordos comerciais, provocou um incremento nos

últimos anos da participação do Brasil no comércio internacional. Prova disso são os dados da balança comercial que registrava um montante de exportações de US\$ 31,4 bilhões em 1990, contra US\$ 201 bilhões em 2010 (MDIC, 2011). Assim, há uma nítida consciência de que este novo contexto econômico e competitivo brasileiro é condizente com a existência no país de PME's que se internacionalizaram de maneira acelerada, o que justificaria, *a priori*, uma investigação sobre o impacto dos programas de apoio à exportação no desempenho das PME's brasileiras. Muitos estudos já foram realizados sobre o fenômeno da rápida internacionalização de empresas em países mais desenvolvidos, porém, há uma carência de estudos em países menos desenvolvidos (RIALP *et al.*, 2005 CHETTY e CAMPBELL-HUNT, 2004).

Com base nos argumentos teóricos retromencionados, o presente estudo buscou verificar: (i) o impacto do nível de conhecimento sobre os programas de apoio à exportação na *performance* exportadora de PME's brasileiras; e (ii) se os executivos das PME's brasileiras de rápida internacionalização conhecem e usam mais os programas oficiais de apoio à exportação, quando comparados com PME's de internacionalização mais lenta. Por fim, este estudo buscou testar algumas características que diferenciam, no Brasil, as PME's de rápida internacionalização das pequenas e médias empresas de internacionalização mais gradual, chamadas aqui de PME's de internacionalização tradicional.

2. A rápida internacionalização das PME's

A rápida internacionalização de algumas empresas, que não se desenvolve por meio de estágios de caráter incremental de aprendizagem e redução de incertezas, desafia o senso comum no meio executivo e, também, as teorias tradicionais sobre internacionalização existentes (KNIGHT e CAVUSGIL, 1996; RENNIE, 1993). Ao mesmo tempo, muitos pesquisadores apontam para a importância da participação das jovens pequenas e médias empresas no comércio internacional (CRICK e JONES, 2000; FREEMAN *et al.*, 2006; MOEN, 2002; MOEN E SERVAIS, 2002).

O fenômeno das empresas *born globals* - *BG* emergiu como um tema relevante de investigação científica no campo da internacionalização de empresas no início dos anos 90 (MCKINSEY & CO, 1993; OVIATT e MCDUGALL, 1994; RENNIE, 1993; RIALP *et al.*, 2005). Ganitsky (1989), em um estudo realizado com empresas israelenses, chamou a atenção para um grupo de organizações que foram estabelecidas especificamente para atender mercados externos, o que ele denominou de “exportadores inatos”.

Outros pesquisadores como Oviatt e McDougall (1994, p.49) destacaram algumas características comuns que agrupam este tipo específico de empresas, buscando defini-las como “organizações que, desde a sua criação, obtêm significativa vantagem competitiva do uso de recursos e venda da produção em vários países”. Esse conceito aproxima-se da proposição de Knight (1997, p.1), que definiu uma *born global* como “uma empresa que, desde a sua fundação ou próxima a esta, obtêm uma porção substancial de sua renda da venda de seus produtos em mercados internacionais”. Segundo Madsen e Servais (1997), *born globals* são empresas que adotam uma abordagem internacional ou global do mercado desde o seu nascimento ou logo após.

Já o termo *born global* foi cunhado como resultado de uma pesquisa realizada pelos consultores do *Australian Manufacturing Council* em 1993, que pesquisaram as razões do crescimento vigoroso das exportações australianas nos anos 90. Chamou-lhes a atenção um grupo de jovens pequenas empresas que obtiveram grande êxito buscando nichos de mercados no plano internacional e não no mercado doméstico (RASMUSSEN e MADSEN, 2002; RENNIE, 1993).

Após as descobertas do estudo australiano e de Ganitsky (1989), várias outras pesquisas foram conduzidas ao redor do mundo buscando verificar a ocorrência deste

fenômeno em diferentes países, suas características, antecedentes e consequências (KNIGHT e CAVUSGIL, 1996; MADSEN e SERVAIS, 1997; MOEN e SERVAIS, 2002, RIALP *et al.*, 2005). Outros termos e conceitos associados a este fenômeno de rápida internacionalização foram desenvolvidos, como a expressão “*leapfrogging*” que, a partir do modelo de internacionalização da firma por estágios (BILKEY e TESAR, 1977; CAVUSGIL, 1980), traduz o comportamento de uma empresa que pula os estágios iniciais de envolvimento do modelo tradicional. As razões deste comportamento estão atreladas à homogeneização dos mercados globais e o fato de que a internacionalização dos negócios passa a figurar como a estratégia fundamental da empresa (RASMUSSEN e MADSEN, 2002; ZUCHELLA, 2002).

Oviatt e McDougall (1994) usaram a expressão “*International New Venture*” para designar este novo tipo de empresa no contexto de rápida internacionalização. Para esses autores, a decisão de internacionalização neste tipo de empresa é tomada junto com a criação da empresa e o comprometimento dos recursos organizacionais é ligado à decisão de busca de vários mercados no exterior. Assim, o tema do rápido processo de internacionalização de empresas já recebeu várias denominações: *born globals*, *innate exporters*, *instant exporters*, *internacional new ventures*, *instant international*, *instant multinationals*, *global start-ups* (RIALP *et al.*, 2005).

3. Operacionalização do conceito BG

A tarefa de datar o surgimento das empresas *born global* também parece não conduzir a um resultado conclusivo. Para um grupo significativo de pesquisas, o ano de 1990 emerge como um denominador comum para, a partir deste, se estabelecer a ocorrência do fenômeno da rápida internacionalização (MOEN, 2002; MOEN e SERVAIS, 2002; RASMUSSEN e MADSEN, 2002). Para estabelecer o momento em que uma empresa passa a ser denominada de *born global*, muitos estudos partiram de diferentes intervalos de tempo entre a fundação da empresa e o início das atividades internacionais. Segundo Moen e Servais (2002), McKinsey & Co. (1993) e Rennie (1993), o espaço de até dois anos após o estabelecimento para o ingresso em atividades internacionais seria o tempo mais adequado para classificar uma empresa como BG.

Já o intervalo de três anos após a fundação parece emergir como consenso em várias investigações empíricas (KNIGHT e CAVUSGIL, 1996, 2004; KUIVALAINEN *et al.*, 2007; RASMUSSEN e MADSEN, 2002). Autio *et al.* (2000) buscaram identificar o efeito da primeira investida de uma empresa no mercado externo sobre o envolvimento posterior. Em seu estudo com empresas finlandesas, os autores encontraram o período de dois a quatro anos como demarcador de uma rápida internacionalização. Por outro lado, McDougall *et al.* (1994) definiram o intervalo de até oito anos como ainda condizente a um comportamento de empresa BG. Shrader *et al.* (2000) identificaram empresas de rápida internacionalização como aquelas em que até seis anos de sua fundação ocorreu a primeira investida ao mercado externo.

Outros estudos usaram critérios mais flexíveis, como o de Knight (1997), que buscou empresas com até 20 anos de “idade” e que exportaram 25% ou mais de sua produção. Knight e Cavusgil (2005) utilizaram o fato de a empresa ter se dirigido ao mercado internacional em até dez anos, a partir de sua criação, e o percentual de 25% ou mais de faturamento ser obtido no exterior. Ainda no quesito proporção do faturamento das atividades internacionais sobre o faturamento total da empresas BG, há uma clara convergência entre os estudos sobre a rápida internacionalização para o valor de 25% (KNIGHT e CAVUSGIL, 1996, 2004 e 2005; MOEN e SERVAIS, 2002; RIALP *et al.*, 2005). Chetty e Campbell-Hunt (2004) indicaram em seu estudo que o mais adequado seria um percentual de 75%.

Quanto ao escopo da atuação internacional das *born globals*, Oviatt e McDougall (1994) definiram como sendo aqueles empreendimentos que atuam desde a fundação em

múltiplos países. Knight e Cavusgil (1996) foram mais flexíveis e definiram BG como empresas que atuam em mais de dois países. Alguns pesquisadores refinaram o conceito entendendo que uma empresa nascida global deveria ter atividades, independentemente do modo de entrada escolhido, em mais de um continente (KNIGHT e CAVUGIL, 2004 e 2005; MADSEN e SERVAIS, 1997).

4. As *born globals* e a necessidade de programas de apoio

Há um claro sentimento de que os programas tradicionais de apoio à exportação, desenhados para empresas de manufatura e de lenta internacionalização, não parecem estar adequados para as demandas de pequenos e novos empreendimentos internacionais de rápido crescimento (CRICK e JONES, 2000; FREEMAN *et al.*, 2006; KNIGHT e CAVUSGIL, 2005; MOEN, 2002). Para Freeman *et al.* (2006), pouca atenção ainda tem sido dispensada aos aspectos que restringem a atuação das BG no mercado internacional. Dos fatores que impulsionaram o surgimento do fenômeno das empresas BG, alguns ainda representam obstáculos, principalmente para as pequenas empresas BG. A falta de *expertise* para identificar oportunidades e executivos especializados em operações internacionais são algumas das limitações para as pequenas BG (JOHNSON, 2004).

Aliado às conclusões de um estudo realizado por McDougall e Oviatt (1996), que destacavam que as agências governamentais deveriam atentar aos incentivos à internacionalização das PME's, Bell *et al.* (2001) já destacaram algumas preocupações com relação às políticas públicas dirigidas a pequenas empresas. Para exemplificar estes desafios de formulação de programas adequados às empresas de rápida internacionalização, Oviatt e McDougall (1995), em um estudo com executivos americanos e europeus de novas empresas globais, perceberam que o financiamento era um *driver* importante para estimular a internacionalização de seus negócios.

No estudo que Knight e Cavusgil (2005) realizaram com empresas *born globals* (BG) norte-americanas, ficou evidenciado que as empresas mais jovens e menores sofrem com a escassez de recursos financeiros, humanos e tangíveis que reduzem sua competitividade internacional. Os autores destacam que, mesmo com os avanços tecnológicos e a possibilidade de alianças internacionais, há uma chamada clara para as políticas públicas de apoio a este tipo de empresa. Para Knight e Cavusgil (2005), o apoio às empresas BG requer um novo tipo de conjunto de programas de apoio à exportação, focado mais em treinamentos sobre estratégias de internacionalização.

Por outro lado, Gabriellson *et al.* (2004) apontaram que empresas BG, pelas suas restrições de recursos e pelas necessidades impostas pela rápida internacionalização, necessitam de fontes de financiamento para o seu desempenho no exterior. Estas fontes de financiamento podem tanto ser públicas ou privadas como internas (domésticas) ou externas. Da mesma forma, Oviatt e McDougall (1995) argumentam que novas empresas globais necessitam de fontes de financiamentos para estimular a internacionalização de seus negócios. Freeman *et al.* (2006), em um estudo com pequenas empresas australianas, descobriram que a falta de recursos financeiros é uma restrição à rápida internacionalização. Moini (1998) destaca que a falta de incentivos financeiros limita a atividade exportadora da PME.

Moen (2002) salienta que muitos programas oficiais de apoio à exportação são dedicados a empresas que estão iniciando suas exportações, mas que já têm uma posição sólida no mercado doméstico, em que atuam há muito tempo. Crick e Jones (2000) já alertaram para o fato de que os programas de apoio não estão adequados para a realidade destas empresas que se envolvem com estratégias mais complexas de internacionalização. Os autores apontam que pequenas empresas de alta tecnologia precisam da consultoria de especialistas em negócios internacionais. Esse aspecto indica claramente um exemplo de intervenção oficial no incremento de negócios internacionais (CRICK e JONES, 2000).

Czinkota (2002, p.318) coloca uma questão: “os programas de apoio às exportações estão em uma encruzilhada ou em um beco sem saída?” O próprio autor parece responder a esta pergunta, principalmente para as empresas de rápida internacionalização, quando argumenta que os governos devem prestar mais atenção à natureza colaborativa da internacionalização das empresas e dos avanços em tecnologias de informação.

5. O desenvolvimento das hipóteses de pesquisa

Vários estudos já testaram a relação significativa e positiva entre o uso e conhecimento sobre programas de apoio à exportação com a *performance* exportadora de empresas (GENÇTÜRK e KOTABE, 2001; NAIDU e RAO, 1993). Singer e Czinkota (1994) revelaram que o comprometimento com a atividade de exportação está relacionado significativamente com o uso de programas de apoio à exportação, gerando impactos na *performance* da empresa. Outros estudos indicam que os programas de apoio à exportação beneficiam mais as PME's, porém com impactos mais significativos na *performance* das empresas mais envolvidas com a exportação (GENÇTÜRK e KOTABE, 2001; MOINI, 1998; SINGER e CZINKOTA, 1994). Empresas mais experientes no mercado externo e que estão em estágio mais avançado na atividade exportadora tendem a lançar mão de programas de apoio para transpor barreiras na exportação (CRICK e CZINKOTA, 1995; KOTABE e CZINKOTA, 1992; WILKINSON e BROUTHERS, 2000).

Nessa mesma direção, Shamsuddoha e Ali (2006) descobriram que o uso de programas de apoio à exportação está associado à *performance*, especialmente no caso de empresas com alto conhecimento sobre a atividade exportadora. Cavusgil e Naor (1987) comprovaram a ligação entre o comprometimento dos executivos com a exportação, o uso de programas oficiais de apoio e a *performance*. Lages e Montgomery (2005) perceberam que o conhecimento e o uso de programas de apoio à exportação geram um impacto positivo na *performance* geral das empresas, sendo que este impacto é mais significativo para empresas com executivos mais experientes internacionalmente e comprometidos com a atividade de exportação.

Para Lim *et al.* (1996), empresas com alto envolvimento com o mercado externo estão mais familiarizadas com os programas oferecidos pelos governos e estão mais propensas a utilizá-los. Partindo-se do pressuposto de que o nível de conhecimento, comprometimento, envolvimento e experiência internacional (CHETTY e CAMPBELL-HUNT, 2004; ENVANGELISTA, 2005; MOEN, 2002; OVIATT e McDOUGALL, 1997) dos executivos são elementos-chaves na rápida internacionalização, há de se ponderar a possibilidade de que empresas de internacionalização acelerada conheçam e usem mais frequentemente programas de apoio às exportações, se comparadas com empresas de lenta internacionalização. Assim, a partir dessas considerações teóricas anteriormente mencionadas, desenvolveram-se as hipóteses de pesquisa a seguir.

H1: Existe uma relação positiva e significante entre o conhecimento sobre programas de apoio à exportação, por parte dos gestores, e a *performance* exportadora das PME's.

H2: Os gestores das PME's de rápida internacionalização têm um maior conhecimento sobre programas oficiais de apoio à exportação do que os gestores das PME's de internacionalização tradicional.

H3: As PME's de rápida internacionalização utilizam mais os programas oficiais de apoio à exportação do que PME's de internacionalização tradicional.

Por fim, levando-se em consideração a literatura sobre o processo de rápida internacionalização de PME's, pode-se dividir as PME's exportadoras em dois grupos. Um grupo que seguiu um processo tradicional de internacionalização e outro grupo que demonstra

um processo acelerado de envolvimento com atividades internacionais. A partir desta dicotomia verificada no processo de internacionalização, é possível propor hipóteses para este estudo e que apresentam características de distinção entre PME's de rápida internacionalização - RI e PME's de internacionalização tradicional - IT. Essas hipóteses são apresentadas a seguir:

H4: A preponderância das receitas provenientes do exterior em relação às receitas domésticas é maior em PME's de rápida internacionalização do que em PME's de internacionalização mais tradicional.

H5: O número de países do destino das exportações e a abrangência geográfica dessa atuação são maiores em PME's de rápida internacionalização do que em PME's de internacionalização mais tradicional.

6. O Método

O método de pesquisa empregado no presente estudo é de natureza descritiva, através de uma pesquisa do tipo *survey* de corte transversal. Segundo Babbie (2003), *surveys* são frequentemente realizadas para permitir enunciados descritivos sobre alguma população, assim como muitas têm o objetivo adicional de fazer explicações sobre a população.

6.1 Desenvolvimento das escalas e instrumento de coleta

O maior desafio no desenvolvimento do instrumento de coleta de dados foi a construção de uma escala para avaliar o nível de conhecimento e uso dos programas de apoio à exportação ofertados para pequenas e médias empresas no Brasil. Como as escalas usadas em estudos no exterior não poderiam ser aplicadas ao caso brasileiro, devido às diferenças nos tipos e benefícios dos programas específicos de cada país estudado, foram necessárias entrevistas em profundidade com quatro executivos de instituições de fomento à exportação, como Banco do Brasil, APEX e Secretaria Estadual de Desenvolvimento e Assuntos Internacionais - SEDAI.

Assim, após estas entrevistas, uma escala com oito programas foi desenvolvida, sendo que a mesma utilizava uma graduação intervalar de seis pontos, partindo de um desconhecimento total até um alto nível de conhecimento sobre o programa avaliado. Contudo, para a avaliação da utilização dos programas de apoio à exportação, adaptou-se a escala de conhecimento com os oito itens para uma variável categórica que revelava apenas se a PME pesquisada usa ou já usou no passado o referido programa. Tal recurso é comumente empregado em testes empíricos que procuraram aferir o nível de uso de mecanismos de apoio à exportação (GENÇTÜRK e KOTABE, 2001; FRANCIS e COLLINS-DODD, 2004; MOINI, 1998).

Para a aferição da *performance* exportadora das PME's brasileiras neste estudo, optou-se pela escala EXPERF desenvolvida por Zou *et al.* (1998). Tal escolha deveu-se a duas razões de caráter teórico-empírico. A primeira reside no fato de que os autores buscaram uma medida subjetiva que integra a *performance* financeira, a *performance* estratégica e a satisfação geral com o desempenho da empresa no exterior. Em segundo lugar, esta escala foi aplicada em contextos nacionais marcadamente diferentes (EUA e Japão) e provou sua robustez. As variáveis foram aferidas por uma escala intervalar do tipo Likert de seis pontos. Após a escolha da escala, por se tratar de escala em inglês, ela foi traduzida para o português por um experiente tradutor. Em seguida, procedeu-se à tradução reversa ou retrotradução, que teve por objetivo identificar erros de compreensão de termos específicos de uma determinada cultura.

A validação de conteúdo do instrumento de coleta de dados foi realizada por um júri prático, composto por seis executivos de empresas exportadoras e por um júri acadêmico,

composto por dois notórios pesquisadores. O instrumento de coleta, após a validação do seu conteúdo, foi pré-testado em um grupo de nove empresas exportadoras pequenas e médias. Tal procedimento teve por objetivo verificar problemas quanto ao enunciado das questões, à redação, ao formato e à estrutura do instrumento. Algumas recomendações desta etapa foram incorporadas ao instrumento final de coleta de dados.

6.2 Plano de amostragem

A população-alvo da pesquisa foi composta por empresas brasileiras exportadoras de manufatura, de pequeno e médio porte. A amostra foi classificada como não-probabilística e acessada por conveniência. Essas empresas foram identificadas pelo portal <http://brazil4export.com>, mantido pela Confederação Nacional da Indústria – CNI, e que disponibiliza um catálogo de exportadores brasileiros de todos os estados do Brasil.

Para a classificação das PME's pesquisadas utilizou-se como corte empresas de até 499 funcionários. Muitos estudos sobre a internacionalização de PME's definiram o número de 499 colaboradores como limite para este perfil de empresa (ANDERSSON e WICTOR, 2003; CHETTY e CAMPBELL-HUNT, 2004; KNIGHT e CAVUSGIL, 1996, 2004 e 2005; MOEN e SERVAIS, 2002). Tal critério para PME não diverge do critério utilizado no Brasil para classificação de porte de indústrias (MDIC, 2011; SEBRAE, 2009).

Outro corte importante para a amostra da pesquisa era que a mesma deveria ser composta apenas por empresas brasileiras independentes e não subsidiárias de empresas estrangeiras, para se evitar a contaminação da cultura organizacional de outras empresas (BELL *et al.*, 2001). Da mesma forma, foram descartadas as *trading companies* e as comerciais exportadoras da amostra pelas características especiais destes tipos de empreendimentos.

6.3 Coleta e tratamento dos dados

Como procedimento de coleta de dados na pesquisa de campo, empregou-se a entrevista por telefone e assistida por computador. A coleta de dados deu-se no segundo semestre de 2009. Quanto aos sujeitos da pesquisa, considerou-se o informante-chave das empresas o primeiro gestor ou fundador das empresas participantes ou, na impossibilidade deste, foi identificado o gestor mais graduado responsável pelo gerenciamento das atividades internacionais da empresa.

Os dados foram analisados com o uso dos *softwares* estatísticos SPSS[®] 17.0 (*Statistical Package for Social Sciences*). Como procedimento de avaliação dos construtos utilizados na pesquisa, foi realizada uma análise fatorial confirmatória (AFC). A partir da aprovação dos modelos dos construtos, utilizou-se a técnica de Modelagem de Equações Estruturais (MEE) para aprovar o modelo teórico das hipóteses discutidas na seção 5. Para a modelagem de equações estruturais foi utilizada a técnica de modelagem confirmatória, tomando-se por base os passos sugeridos por Hair *et al.* (2005). A matriz de entrada de dados utilizada foi a de covariância e o método da avaliação de máxima verossimilhança, que são métodos padrões do AMOS[®] e os mais comumente empregados em MEE (HAIR *et al.*, 2005; KLINE, 1998).

7. Análise dos resultados

Para o exame da base de dados na qual se aplicaram os testes estatísticos, foram realizados os procedimentos de análise de casos omissos, a homogeneidade da variância, a análise de *outliers*, os testes de homoscedasticidade, de linearidade e de multicolinearidade (HAIR *et al.*, 2005). Para identificação de *outliers* multivariados foi realizada o cálculo da distância de Mahalanobis por meio de uma regressão linear múltipla. No conjunto das variáveis com escalas intervalares, nenhuma variável apresentou mais de 10% de valores extremos. Para se reduzir o impacto da remoção de casos sobre as análises posteriores,

adotou-se a recomendação de Kline (1998) de modificação das respostas extremas por variáveis, após a remoção dos *outliers* multivariados.

7.1 Caracterização da amostra

A partir de uma amostra de 565 empresas exportadoras brasileiras de pequeno e médio portes pesquisada, procedeu-se à preparação da base de dados o que provocou uma redução da base final de empresas participantes da pesquisa para 540 casos válidos. O número de funcionários foi uma variável filtro para possibilitar a participação da empresa no processo de coleta de dados. Assim, todas as empresas pesquisa possuíam até 499 funcionários. Nas empresas pesquisadas, 66,4% tinham até 300 funcionários.

Outra caracterização da amostra trata dos produtos de exportação das PME's pesquisadas. As categorias Móveis e Decorações, Máquinas e Equipamentos e Alimentos foram os produtos mais exportados pela amostra pesquisada. Essas três categorias de produtos industrializados representaram 54,8% da amostra, sendo que as categorias de produtos industrializados foram extraídas de critérios do MDIC. No total, segundo o critério utilizado, outras 14 categorias de produtos exportados foram mencionadas pela empresas pesquisadas.

Para separar as PME's de rápida internacionalização - RI das empresas de internacionalização tradicional - IT, buscou-se, em primeiro lugar, o ano de fundação da empresas. Mesmo que o ano de 1990 aparecesse na literatura como uma espécie de “divisor de águas” para o surgimento das BG's (ANDERSSON e WICTOR, 2003; RASMUSSEN e MADSEN, 2002; RIALP *et al.*, 2005), utilizou-se como ponto de corte o ano de 1970 para a ocorrência da rápida internacionalização. Alguns estudos realizados em países com economias mais abertas adotaram a década de 70 como o ponto de partida para se identificar uma empresa nascida global (KNIGHT, 1997; KNIGHT e CAVUSGIL 2004 e 2005; MOEN e SERVAIS, 2002). No caso brasileiro, é a partir do final dos anos 60 que surgem os principais programas e órgãos de apoio à exportação (MDIC, 2011), sendo esta uma característica que se pretendia avaliar da rápida internacionalização de PME's no Brasil.

Utilizou-se o intervalo de cinco anos entre a fundação da empresa e a primeira experiência internacional como critério para determinar a rápida internacionalização da empresa participante da amostra pesquisada. Por fim, utilizou-se o valor superior a 25% do faturamento proveniente de atividades internacionais, atualmente, para verificar a predominância destas receitas na empresa e, desta forma, classificá-la como de rápida internacionalização (CHETTY e CAMPBELL-HUNT, 2004; KNIGHT e CAVUSGIL, 2004 e 2005; RASMUSSEN e MADSEN, 2002, RIALP *et al.*, 2005). O ideal seria buscar o percentual de faturamento de exportação verificado pela PME pesquisada nos primeiros 05 anos após a primeira investida no exterior, o que não foi possível.

Após estes procedimentos, a amostra de empresas de rápida internacionalização ficou com 161 empresas ou 29,8%, tomando-se por base os seguintes critérios estabelecidos: empresas fundadas a partir de 1970, que iniciaram suas atividades internacionais em até cinco anos da sua criação e cujo faturamento de exportação representou, nos últimos anos, mais de 25% do faturamento total da empresa. O grupo restante foi denominado de empresas de internacionalização tradicional e ficou composto por 379 empresas ou 70,2% da amostra.

7.2 Teste das hipóteses de pesquisa

A primeira hipótese de pesquisa (H1) afirmava que o conhecimento dos programas de apoio à exportação estava associado positivamente ao desempenho exportador da PME. O teste dessa hipótese considerou toda a amostra pesquisada, ou seja, as 540 PME's. Essa hipótese não foi suportada pelos testes realizados na validação dos construtos e de suas relações causais, estabelecidas na análise das cargas fatoriais padronizadas e do teste *t*, conforme Tabela 1. Alguns estudos também avaliaram que o impacto do conhecimento dos

programas de apoio à exportação sobre o desempenho exportador das empresas não é claro. A relação seria indireta e dependeria mais do nível de envolvimento das empresas com o mercado externo. Ainda, o impacto mais significativo do conhecimento e uso dos programas de apoio seria sobre o desenvolvimento de habilidades gerenciais na exportação (CZINKOTA, 1996; FRANCIS e COLLINS-DODD, 2004).

Relações causais entre construtos	Cargas Fatoriais Padronizadas	Teste <i>t</i>	Sig.
H1 Conhecimento dos programas de apoio → Desempenho	0,077	1,642	0,101

Tabela 1 – Teste das relações causais entre construtos

7.2.1 Hipóteses das características distintivas da rápida internacionalização

Um teste importante das hipóteses desta pesquisa consistia em avaliar características distintivas entre PME's de rápida internacionalização e PME's de internacionalização tradicional. A hipótese de pesquisa H2 levantava o argumento de que os gestores das PME's de rápida internacionalização da amostra (161 casos) apresentavam maiores níveis de conhecimento sobre programas de apoio à exportação, se comparados com os gestores das PME's de internacionalização tradicional da amostra pesquisada (379 casos). Para o teste dessa hipótese, realizou-se a regressão logística com o objetivo de determinar se o construto Conhecimento dos Programas de Apoio seria útil na classificação de uma PME quanto à velocidade de internacionalização. Este construto representou a variável independente e os grupos RI e IT, as variáveis dependentes da regressão ou variáveis categóricas binárias.

A inclusão da variável independente deu-se pelo método *enter* e o ajuste geral do modelo de regressão é obtido pelo teste da hipótese de que o modelo está ajustado aos dados. Para acessar a função de verosimilhança, aqui definida como a probabilidade de que o modelo represente adequadamente os dados, foi realizado o teste estatístico para essa hipótese (HAIR *et al*, 2005). Conforme o Quadro 2, para o modelo com a constante e oito variáveis independentes, o valor -2LL foi de 626,675, não sendo significativo a 0,05, o que sugere que a hipótese nula não pôde ser aceita, ou seja, que o modelo não apresenta ajustamento aos dados. Ainda, verificou-se que os índices de Pseudo r2 ficaram muito baixos, o que indica a incapacidade do modelo explicar adequadamente as diferenças entre os dois grupos.

-2LL	Pseudo r2		Teste dos coeficientes do modelo		
	Cox & Snell	Nagelkerke	Qui-quadrado	g.l.	Sig.
626,675 ^a	0,056	0,080	31,355	14	0,349

Quadro 2 – Estatísticas de avaliação do ajuste do modelo logístico

a. A estimação terminou na iteração número 4 porque os parâmetros estimados modificaram-se por menos de 0,001.

Dessa forma, a hipótese de que a variável conhecimento dos programas de apoio à exportação (H2) melhor classificariam as PME's no grupo de rápida internacionalização ou no grupo de internacionalização tradicional, não pôde ser suportada. A matriz de classificação gerada pelo modelo de regressão logística classificou corretamente apenas 14 (8,7%) dos 161 casos de PME's de rápida internacionalização, o que demonstra a baixa capacidade de discriminação das variáveis independentes para a classificação nos dois grupos de internacionalização (RI e IT).

Por fim, para ratificar os resultados da regressão logística, realizou-se também a análise de variância (ANOVA). Como é possível observar na Tabela 3, mesmo que a média apresente um valor superior em favor do grupo RI, esta diferença não é estatisticamente significativa. Assim, confirma-se que a hipótese de pesquisa H2 não foi suportada.

Uma explicação plausível para a não ocorrência de diferenças significativas nos níveis de conhecimento dos programas de apoio pode estar na amostra pesquisada. Neste estudo, foi

acessada uma amostra de PME's de vários setores. Para Knight e Cavusgil (2005), em alguns *clusters* industriais as PME's de internacionalização acelerada precisam empregar estratégias mais arrojadas e, em especial, voltadas para a sua atuação internacional. Em outros, o próprio *cluster* é desenvolvido para atender o mercado externo, sendo que neste caso não haveria diferenças comportamentais relevantes em relação à atuação internacional entre as empresas.

Tipo de internacionalização	RI	IT	Total	Valor F	Sig.
Construto	Média	Média	Média		
Conhecimento dos Programas	3,6817	3,5521	3,5907	1,123	0,290

Tabela 3 – Análise de variância entre grupos para variável independente

Outra explicação pode estar na experiência internacional das PME's pesquisadas. Moen (2002) em sua investigação empírica não encontrou diferenças em aspectos estratégicos entre o grupo de empresas *born globals* e o grupo de PME's de internacionalização mais lenta, porém experientes na atividade de exportação. Na amostra deste estudo, no grupo IT há 100 empresas fundadas antes de 1970, sendo que a mais antiga foi criada em 1927. Tais argumentos podem indicar que a experiência internacional e características específicas do setor influenciam mais no nível de conhecimento sobre os programas pelas PME's brasileiras.

A hipótese de pesquisa H3 trazia a inclinação teórica de que PME's de rápida internacionalização faziam maior uso dos programas de apoio à exportação. De acordo com os resultados da Tabela 4, tomando-se por base o percentual de uso de programas, em todos os programas questionados o grupo RI apresentou um percentual maior de utilização do que o grupo IT. Contudo, para testar a hipótese H3 realizou-se o teste de qui-quadrado. Como pode ser observado na Tabela 4, em apenas 03 programas de apoio à exportação as diferenças não foram estatisticamente significantes. Assim, a hipótese H3 de pesquisa foi parcialmente suportada. O resultado é condizente com alguns estudos que apontaram para o fato de que os mecanismos oficiais de apoio estão relacionados com empresas mais comprometidas com a exportação e com maior experiência internacional (FRANCIS e COLLINS-DODD, 2004; GENÇTÜRK e KOTABE, 2001; MOINI, 1998; SINGER e CZINKOTA, 1994).

Programa de apoio	Utilização	Frequência de RI	%	Frequência de IT	%	Total	Sig.
Treinamentos em comércio exterior	Utiliza	109	67,7	232	61,2	341	0,091
	Não Utiliza	52	32,3	147	38,8	199	
Encontros e seminários de comércio exterior	Utiliza	113	70,2	236	62,3	349	0,047*
	Não Utiliza	48	29,8	143	37,7	191	
Consultoria em comércio exterior	Utiliza	110	68,3	224	59,1	334	0,027*
	Não Utiliza	51	31,7	155	40,9	206	
Lista de importadores em potencial	Utiliza	113	70,2	234	61,7	347	0,037*
	Não Utiliza	48	29,8	145	38,3	193	
Apoio para feiras internacionais	Utiliza	115	71,4	230	60,7	345	0,011*
	Não Utiliza	46	28,6	149	39,3	195	
Missões empresariais	Utiliza	108	67,1	207	54,6	315	0,005*
	Não Utiliza	53	32,9	172	45,4	225	
Financiamentos à exportação	Utiliza	105	65,2	237	62,5	342	0,311
	Não Utiliza	56	34,8	142	37,5	198	
Incentivos fiscais	Utiliza	123	76,4	270	71,2	393	0,130
	Não Utiliza	38	23,6	109	28,8	147	

Tabela 4 – Frequências de utilização dos programas de apoio

* são significativas ao nível p. <0,05.

A hipótese de pesquisa H4 buscou traduzir a indicação emergente de que a rápida internacionalização das PME's brasileiras trazia uma repercussão na preponderância do faturamento da exportação sobre o faturamento total da empresa. O teste da hipótese H4 foi

realizado através da análise de variância (ANOVA), conforme a Tabela 5. Como pôde ser observado nos resultado do teste, mesmo que a média de faturamento do grupo RI é um pouco superior à média do grupo IT, esta diferença não é estatisticamente significativa a níveis aceitáveis ($p.<0,05$). Assim, a hipótese de pesquisa não pôde ser suportada.

Tipo de internacionalização	Número de empresas	Média do faturamento de exportação	Valor F	Significância
RI	161	35,23%	2,755	0,098
IT	379	30,60%		
Total	540	31,98%		

Tabela 5 – Teste das diferenças no faturamento de exportação

Em parte, uma explicação para esse resultado poderia estar no *locus* da pesquisa. Para Madsen e Servais (1997), a rápida internacionalização de empresas não é um fenômeno limitado a países específicos, porém características peculiares de cada um como o tamanho do mercado doméstico podem afetar o comportamento das empresas desse país quando comparadas com a de outro país. Países com pequeno mercado doméstico estimulam o surgimento de PME's que buscam agressivamente oportunidades no mercado externo. Nesse caso, as receitas de exportação passam a ter preponderância sobre as receitas domésticas (ANDERSSON e WICTOR, 2003; MOEN, 2002; MOEN e SERVAIS, 2002).

Desta forma, empresas brasileiras de pequeno e médio portes, devido ao tamanho do mercado doméstico no Brasil, podem aproveitar tanto oportunidades no país como no exterior, sem comprometer seu crescimento. Para Chetty e Campbell-Hunt (2004), em seu estudo com *born globals* neozelandesas, o mercado doméstico continua sendo uma variável importante tanto para o desempenho das empresas de rápida internacionalização como as empresas que seguem um processo mais lento de inserção internacional. Pode-se sugerir que em países emergentes com grande mercado doméstico a rápida internacionalização passa ser mais uma função do tempo e escopo geográfico de atuação do que apenas a preponderância da origem das receitas.

Para avaliar a hipótese H5, dois aspectos precisaram ser avaliados: o número de continentes de destino das exportações; e o número de países de exportação. Conforme discutido previamente na revisão de literatura, PME's de rápida internacionalização apresentam uma maior abrangência geográfica de atuação. Tais características normalmente são avaliadas pela contagem do número de continentes e países de atuação no exterior. Espera-se que PME's de internacionalização acelerada operem em mais de dois continentes e em mais mercados do que empresas de internacionalização tradicional (KNIGHT e CAVUGIL, 2004; MADSEN e SERVAIS, 1997; OVIATT e MCDOUGALL, 1994).

O teste dessa hipótese foi realizado através da análise de variância (ANOVA) das médias da contagem dos continentes e dos países de destino das exportações entre a amostra de rápida internacionalização e a amostra de internacionalização tradicional.

Tipo de internacionalização	Número de empresas	Média de continentes atendidos na exportação	Valor F	Significância
RI	161	3,4	6,710	0,010*
IT	379	2,9		
Total	540	3,1		
Tipo de internacionalização	Número de empresas	Média de países atendidos na exportação	Valor F	Significância
RI	161	14,6	12,125	0,001*
IT	379	10,4		
Total	540	11,6		

Tabela 6 – Médias do número de continentes e de países de destino das exportações

* é significativa ao nível $p. <0,05$.

Percebe-se que há uma diferença estatisticamente significativa em favor das PME's de rápida internacionalização (Tabela 6), tanto na média de continentes atendidos quanto na média de países de destino das exportações dessas empresas. Assim, a hipótese de que o número de mercados de exportação e a abrangência geográfica dessa atuação são maiores em PME's de rápida internacionalização do que em PME's de internacionalização tradicional (H5) foi suportada.

8. Conclusão

O teste das hipóteses construídas neste artigo traz contribuições teóricas que reforçam os argumentos apontados por alguns estudos e colocam questionamentos aos argumentos de outras investigações empíricas. No que se refere ao impacto do nível de conhecimento dos programas de apoio à exportação no desempenho exportador das PME's estudadas, os testes realizados não verificaram a existência de uma relação positiva e direta entre estas variáveis. Outras investigações empíricas parecem corroborar com este resultado quando indicam que o nível de conhecimento sobre os programas impactaria mais no uso destes mecanismos de apoio à exportação e não no desempenho (MOINI, 1998; SHAMSUDDOHA e ALI, 2006). O uso de programas de apoio, de acordo com alguns estudos, só impactaria no desempenho de empresas com alto nível de comprometimento e experiência internacional (FRANCIS e COLLINS-DODD, 2004; GENÇTÜRK e KOTABE, 2001; MOINI, 1998; SINGER e CZINKOTA, 1994). Assim, é possível deduzir que o conhecimento sobre os programas, associado com o comprometimento dos executivos para com a atividade de exportação, auxiliam a PME na escolha e uso do programa de apoio mais adequado.

Na hipótese H2, que procurou separar o grupo de rápida internacionalização do grupo de internacionalização tradicional, a partir do nível de conhecimento dos programas oficiais de apoio à exportação, o teste de regressão logística não permitiu classificar as PME's pesquisadas de acordo com o tipo de processo de internacionalização. Esse resultado parece contribuir para reforçar a proposição de Kuivaleinen *et al.* (2007) e Moen (2002) de que existem diferentes tipos de rápida internacionalização e que o nível de conhecimento sobre aspectos da internacionalização de PME's é uma variável relevante de envolvimento internacional dos executivos, pois uma empresa de lenta internacionalização, mas internacionalizada há muito tempo, pode possuir executivos experientes em mercados externos. Por outro lado, há também de se considerar o efeito do contexto da pesquisa. A amostra de PME's pesquisada era composta de empresas de vários setores industriais. Para Knight e Cavusgil (2005), o *cluster* industrial ao qual pertence uma PME pode interferir nas estratégias e na percepção da empresa em relação às oportunidades no mercado externo.

Já os resultados do teste da hipótese H3 parecem dar suporte, mesmo que parcialmente, ao argumento de que PME's de rápida internacionalização tendem a fazer um maior uso dos programas de apoio à exportação do que PME's de internacionalização tradicional. Este resultado é condizente com os resultados encontrados em estudos realizados com PME's de outros países. Esses estudos indicavam que o maior uso de programas de apoio estava associado com PME's que apresentavam um maior envolvimento internacional e eram mais experientes em mercados externos (FRANCIS e COLLINS-DODD, 2004; GENÇTÜRK e KOTABE, 2001; MOINI, 1998; SINGER e CZINKOTA, 1994). De acordo com Singer e Czinkota (1994), executivos que estão mais comprometidos e persistem em relação à atividade de exportação passam a incorporar programas de apoio à exportação na estratégia de internacionalização das suas empresas. É possível deduzir que o uso de programas de apoio à exportação não atua apenas para suprir deficiências organizacionais na internacionalização das PME's, mas auxiliam no incremento da competitividade geral da empresa. Lages e

Montgomery (2005) identificaram que o uso de programas de apoio à exportação também traz reflexos na experiência e conhecimento exportador das PME's que deles lançaram mão.

Ainda que de maneira superficial, percebeu-se que alguns programas foram mais utilizados pelas PME's do que outros. Dessa forma, salienta-se a necessidade de se investigar uma melhor associação dos tipos de programas utilizados com o setor industrial e a forma de internacionalização apresentada. A amostra de PME's desta pesquisa foi multissetorial, o que prejudicou essa avaliação. Notou-se que os incentivos fiscais foram os programas de apoio à exportação mais mencionados pelos grupos RI e IT. Talvez este fato possa ter relação com o tipo de produto exportado pelas PME's da amostra pesquisada. De acordo com os gestores dos programas de apoio entrevistados, incentivos fiscais são dirigidos mais para a indústria de manufatura do que para serviços.

A hipótese de que confirmava o consenso teórico de que a preponderância do faturamento internacional sobre o faturamento doméstico é uma característica de distinção das PME's de rápida internacionalização (KNIGHT e CAVUSGIL, 2004; MOEN, 2002; MOEN e SERVAIS, 2002; RIALP *et al.*, 2005) não foi suportada. Porém, o resultado pode lançar luz sobre o fenômeno da rápida internacionalização para países emergentes e de grande mercado doméstico, como é o caso do Brasil. Após setembro de 2008, foi notória a constatação de que a crise econômica internacional reduziu muito os negócios, principalmente com países desenvolvidos como os europeus e os Estados Unidos. Desta forma, as oportunidades de crescimento passaram a se deslocar para países emergentes como o Brasil, a China e a Índia.

Pode-se, assim, sugerir que o resultado da hipótese H4 reforça o argumento de Chetty e Campbell-Hunt (2004) e Madsen e Servais (1997) de que o mercado doméstico continua desempenhando um papel importante, tanto para a rápida internacionalização como para o processo mais lento e gradual de inserção internacional. Para esses autores, o fenômeno da rápida internacionalização não está associado a países específicos, mas PME's em países desenvolvidos com pequeno mercado doméstico tendem a apresentar um comportamento de internacionalização precoce. Uma implicação teórica desta pesquisa parece estar no caso de países emergentes. Sugere-se, a partir dos resultados obtidos nesta pesquisa, que em países emergentes, mas com grande mercado doméstico, a rápida internacionalização passa ser mais uma função da velocidade e escopo geográfico de atuação do que apenas a preponderância da origem das receitas. Em países emergentes e com grandes mercados domésticos, como Brasil, China e Índia, as PME's podem suprir sua necessidade de crescimento explorando oportunidades tanto no mercado doméstico como no internacional.

No que concerne ao escopo geográfico de atuação, os resultados do teste da hipótese H5 sustentou o argumento teórico de que PME's de rápida internacionalização atuam em mais países e continentes, se comparadas com PME's de internacionalização tradicional (KNIGHT e CAVUGIL, 1996, 2004 e 2005; MADSEN e SERVAIS, 1997). Este estudo traz evidências empíricas, pela contagem dos países e continentes de atuação, dessa característica da rápida internacionalização.

Por fim, uma limitação relevante ou dificuldade desta pesquisa está no viés *ex post facto*, que pode ser percebido nos resultados da coleta de dados sobre o uso de programas de apoios à exportação. De acordo com os resultados de alguns estudos, uma empresa utiliza programas de apoio para transpor barreiras objetivas à exportação ou para suprir a deficiência de informações de mercados (CRICK e CZINKOTA, 1995; GENÇTÜRK E KOTABE, 2001), porém, à medida que esta deficiência de informações é suprimida ou barreiras objetivas são transpostas, pode haver uma redução no uso de programas de apoio à exportação e o impacto na *performance* pode ser menor. Desta forma, empresas de rápida internacionalização, pelo fato de possuírem executivos mais experientes e, também, por avançarem “pulando” estágios do processo tradicional de internacionalização (KNIGHT e

CAVUSGIL, 1996; OVIATT e MCDOUGALL, 1994; RENNIE, 1993), podem abandonar mais rapidamente o uso de programas de apoio à exportação.

Ainda, há o efeito da memória sobre alguns aspectos do processo de internacionalização das empresas pesquisadas. Algumas empresas já trocaram de executivos e muitas informações sobre o início da internacionalização foram “perdidas”. Um exemplo prático dessa limitação foi a impossibilidade de determinar qual foi o percentual de faturamento proveniente da exportação, nos primeiros anos após a primeira inserção internacional da PME pesquisada.

Referências

- ANDERSSON, Svante; WICTOR, I. Innovative Internationalisation in New Firms: Born Globals – the Swedish Case. **Journal of International Entrepreneurship**, v.1, p.249-276, 2003.
- AUTIO, E.; SAPIENZA, H; ALMEIDA, J. Effects of age at entry, knowledge intensity and imitability on international growth. **Academy of Management Journal**, v.43, n.5, p.909-924, 2000.
- BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisa de Survey**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.
- BELL, J.; McNAUGHTON, R.; YOUNG, S. ‘Born-again global’ firms – an extension to the ‘Born Global’ phenomenon. **Journal of International Management**, v.7, p.173-189, 2001.
- BILKEY, Warren J.; TESAR, G. The export behaviour of small-sized Wisconsin manufacturing firms. **Journal of International Business Studies**, Spring/summer, 93-98, 1977.
- BLOODGOOD, J.; SAPIENZA, H.; ALMEIDA, J. The internationalization of new high-potential U.S. ventures: antecedents and outcomes. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v.20, n.4, p.61-76, 1996.
- CAVUSGIL, S. Tamer. On the internationalization process of firms. **European Research**, v.8, n.6, p.273-281, 1980.
- _____; NAOR, Jacob. Firm management characteristics as discriminators of export marketing activity. **Journal of Business Research**, v.15, n.3, p.221-235, 1987.
- CHETTY, S.; CAMPBELL-HUNT, C. A strategic approach to internationalization: a traditional versus a “born global” approach. **Journal of International Marketing**, v.12, n.1, p.57-81, 2004.
- CRICK, Dave.; JONES, M.V. Small high-technology firms and international high-technology markets. **Journal of International Marketing**, v.8, n.2, p.63-85, 2000.
- _____; CZINKOTA, Michael R. Export Assistance: Another Look at Whether We Are Supporting the Best Programmes. **International Marketing Review**, v. 12, N. 03, p.61-72, 1995.
- CZINKOTA, Michael. Export promotion: A framework for finding opportunity in change. **Thunderbird International Business Review**, May/June 2002, V.44, N.3, p.315.
- _____. Why National Export Promotion. **International Trade Forum**. N.02, p.10-16, 1996.
- EVANGELISTA, F. Qualitative insights into the international new venture creation process. **Journal of International Entrepreneurship**, v.3, p.179-198, 2005.
- FRANCIS, J.; COLLINS-DODD, C. Impact of export promotion programs on firm competencies, strategies and performance. The case of Canadian high-technology SMEs, **International Marketing Review**, Vol.21, n. 4/5, pp. 474-495, 2004.
- FREEMAN, Susan; EDWARDS, Ron; SCHRODER, Bill. How smaller born-global firms use networks and alliances to overcome constraints to rapid internationalization. **Journal of International Marketing**, v.14, n.3, 33-63, 2006.

- GABRIELSSON, Mika; SASI, Viveca; DARLING, John. Finance strategies of rapidly-growing finnish SMEs: born Internationals and born Globals. **European Business Review**. V.16, n.6, 2004.
- GANITSKY, J. Strategies for innate and adoptive exporters: lessons from Israel's case. **International Marketing Review**, v.6, p.50-65, 1989.
- GENÇTÜRK, Esra F.; KOTABE, Masaaki. The Effect of Export Assistance Program Usage On Export Performance: A Contingency Explanation. **Journal of International Marketing**, v.9, n.2, p. 51-71, 2001.
- HAIR, Jr. J.F.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise Multivariada de Dados**. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- JOHANSON, J. VAHLNE, J.E. The internalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of International Business Studies**. v.8, 23-32, 1977.
- JOHNSON, J. Factors influencing the early internationalization of high technology start-ups: US and UK evidence. **Journal of International Entrepreneurship**, v.2, p.139-154, 2004.
- KLINE, Rex B. **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**. New York: Guilford, 1998.
- KNIGHT, Gary A. **Emerging Paradigms for International Marketing: The Born Global Firm**. Michigan State University, Tese de doutorado, 1997.
- _____; CAVUSGIL, S. T. Innovation, organizational capabilities, and the born global firm. **Journal of International Business Studies**, v. 35, p.124-141, 2004.
- _____. A Taxonomy of Born-global Firms. **Management International Review**, v.45, p. 15-35, 2005.
- _____. The Born Global Firm: A Challenge to Traditional Internationalization Theory. **Advances in International Marketing**, v.8, p.11-26, 1996.
- KOTABE, Masaaki; CZINKOTA, Michael R. State Government Promotion of Manufacturing Exports: A Gap Analysis. **Journal of International Business Studies**. V. 23, N.04, p.637-658, 1992.
- KUIVALAINEN, Olli; SUNDQVIST, Sanna; SERVAIS, Per. Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. **Journal of World Business**, p.253-267, 2007.
- LAGES, L. F.; MONTGOMERY, D. B. The relationship between export assistance and performance improvement in Portuguese export ventures: an empirical test of the mediating role of pricing strategy adaptation. **European Journal of Marketing**, v.39, n.7-8, p.755-784, 2005.
- LIM, Jeon-Su; SHARKEY, Thomas W., KIM, Ken I. Competitive environmental scanning and export involvement: an initial inquiry. **International Marketing Review**, V.13, N.1, 1996, p.65-80.
- MADSEN, T.K.; SERVAIS, P. The Internationalization of Born Globals: an Evolutionary Process? **International Business Review**, v.6, p.561-583, 1997.
- McDOUGALL, P.; OVIATT, B. New venture internationalization, strategic change, and performance: a follow-up study. **Journal of Business Venturing**, v.11, n.1, p.23-40, 1996.
- _____; SHANE, S.; OVIATT, B. Explaining the formation of international new ventures: the limits of theories from international business research. **Journal of Business Venturing**, v.9, n.6, p.469-487, 1994.
- McKINSEY & CO. Emerging Exporters: Australia's high value added manufacturing exporters. **Australia Manufacturing Council**, 1993.
- MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. Disponível em <http://www.mdic.gov.br>, 2011.

- MOEN, O. The Born Globals: a new generation of small European exporters. **International Marketing Review**, v.9, n. 2-3, p.156-175, 2002.
- _____; SERVAIS, Per. Born Global or Gradual Global? Examining the Export Behavior of Small and Medium-Sized Enterprises. **Journal of International Marketing**. v.10, n.3, p.49-72, 2002.
- MOINI, A.H. Small Firms Exporting: How Effective are Government Export Assistance Programs? **Journal of Small Business Management**, v.36, n.1, p.1-15, Jan 1998.
- NAIDU, G.M.; RAO, T.R. Public Sector Promotion Exports: A needs-based approach. **Journal of business research**, v.27, n.31, p.85-101, 1993.
- OVIATT, B.M.; McDOUGALL, P. P. Challenges for Internationalization process theory: the case of international new ventures. **Management International Review**, v.37, n.2, p.85-99, 1997.
- _____; _____. Toward a theory of international new ventures. **Journal of International Business Studies**, v.25, n.1, p.45-64, 1994.
- _____; _____. Toward a theory of international new ventures. **Journal of International Business Studies**, v.36, p.29-42, 2005.
- _____; _____. Global Start-ups: Entrepreneurs on a Worldwide Stage. **Academy of Management Executive**, v.9, n.2, p.30-43, 1995.
- RASMUSSEN, E. S.; MADSEN, T. K. The born global concept. **Paper for the EIBA conference**, 2002.
- REID, S. D. The decision maker and export entry and expansion. **Journal of International Business Studies**, v.12, n.2, p.101-112, 1981.
- RENNIE, M. W. Global competitiveness: Born Global. **The McKinsey Quarterly**, n.4, p.45-52, 1993.
- RIALP, A.; RIALP, J.; KNIGHT, G. The phenomenon of international new ventures, global start-ups, and born globals: what do we know after a decade (1993-2002) of scientific enquiry? **International Business Review**, v.14, n.2, p.147-166, 2005.
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas empresas. **Artigos sobre economia e desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas brasileiras**. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br>> Acesso em: 01 de junho de 2009
- SERINGHAUS, F.H.Rolf. The Impact of Government Export Marketing Assistance. **International Marketing Review**. v.3, n.2, p.55-66, 1986.
- SHAMSUDDOHA, A. K.; ALI, M. Y. Mediated effects of export promotion programs on firm export performance. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**, v.18, n.2, p.93-110, 2006.
- SHRADER, R.C.; OVIATT, B.; MCDUGALL, P.P. How new ventures exploit trade-offs among international risk factors: lessons for the accelerated internationalization for the 21st century. **Academy of Management Journal**, Vol. 43 No. 6, pp. 1227-47, 2000.
- SINGER, Thomas Owen; CZINKOTA, Michael R. Factors Associated with Effective Use of Export Assistance. **Journal of International Marketing**. v.2, n.1, p.53-71, 1994.
- WILKINSON, T. J.; BROUTHERS L. E. Trade shows, trade missions and state governments: increasing FDI and high-tech exports. **Journal of International Business Studies**, v.31, n.4, p.725-734, Oct-Dec 2000.
- ZOU, S.; CAVUSGIL, S.Tamer; TAYLOR, Charles R.; OSLAND, Gregory E. The EXPERF Scale: A Cross-National Generalized Export Performance Measure. **Journal of International Marketing**; v.6, n.3, p.10, 1998.
- ZUCHELLA, A. Born Global Versus Gradually Internationalizing Firms: an Analysis Based on the Italian Case. **Paper, 28th EIBA Annual Conference**, Athens, Greece: European International Business Academy, 2002.