

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

Flávia Braga Chinelato

Doutora em Administração pela Universidade FUMEC. Mestra em Administração na Universidade FUMEC. Especialista em Gestão Estratégica de Marketing, Gestão de Logística e Produção e Gestão de Negócios pelo Centro Universitário UNA. Graduada em Administração com Habilitação em Comércio Exterior pelo Centro Universitário UNA. Professora de pós-graduação no Centro Universitário UNA. E-mail: flaviachinelato@gmail.com

Fabio Corrêa

Doutorando em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento pela FUMEC. Mestre em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento pela FUMEC. MBA em Engenharia de Software e Governança de Tecnologia da Informação pela FUMEC. Graduado em Sistemas de Informação pela Faculdade COTEMIG. Professor do Curso de Graduação da Universidade Federal de São João Del Rei (UFSJ). E-mail: fabiocontact@gmail.com. ORCID Id <http://orcid.org/0000-0002-2346-0187>

Eric de Paula Ferreira

Doutorando em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento pela Universidade FUMEC. Mestre em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento pela Universidade FUMEC. Bacharel em Sistemas de Informação pela FAI - Centro de Ensino Superior em Gestão, Tecnologia e Educação. Trabalha como gerente de projetos na empresa AXXIOM - Tecnologia e Inovação e é professor da disciplina de Algoritmos no curso de Engenharia Civil na FEAD. E-mail: eric.p.f@gmail.com

Resumo: As pequenas e médias empresas, por serem menores, acreditam que não podem se inserir no mercado internacional. Entretanto, esta percepção pode ser revogada dentro das empresas, principalmente as brasileiras; pois com um país com uma economia atualmente instável é preciso repensar as estratégias e aumentar o marketshare. Neste sentido, a exportação pode ser uma importante alternativa. Esta pesquisa visa analisar as redes de países importadores das PMEs no Brasil durante os anos de 2010 a 2014 por meio da identificação dos principais países de destino dos seus produtos e quais foram os valores FOB dólar de exportação durante os anos investigados. Trata-se de uma pesquisa descritiva com abordagem qualitativa, com dados coletados na plataforma AliceWeb. Os principais resultados apontam que as PMEs possuem os Estados Unidos e Argentina como principais países de destino. Foi verificado que há certa similaridade ao longo dos anos analisados tanto pelas pequenas, quanto as médias empresas. É preciso maior esforço para crescimento da participação destes dois portes de empresas nas exportações brasileiras, além de diversificar mais os países que elas interagem.

Palavras-chave: Exportação. Pequenas e Médias Empresas. Internacionalização. Redes.

THE NETWORKS OF IMPORTING COUNTRIES OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BRAZILIAN COMPANIES IN THE YEARS OF 2010 TO 2014

Abstract: Small and medium-sized enterprises, because they are smaller, believe that they can not enter the international market. However, this perception can be revoked within the companies, especially the Brazilian ones; because with a country with a currently unstable economy it is necessary to rethink the strategies and increase the marketshare. In this sense, export can be an important alternative. This research aims to analyze the networks of SME importing countries in Brazil during the years 2010 to 2014 by identifying the main countries of destination of their products and what were the FOB dollar export values during the years investigated. This is a descriptive research with a qualitative approach, with data collected on the AliceWeb platform. The main results indicate that SMEs have the United States and Argentina as the main destination countries. It was verified that there is some similarity over the years analyzed by both small and medium sized companies. More effort is required to increase the participation of these two companies in Brazilian exports, and to further diversify the countries they interact with.

Keywords: Export. Small and Medium Enterprises. Internationalization. Networking.

Artigo recebido em: 27/11/2017

Aceito para publicação em: 05/01/2018

Introdução

O recente aumento da participação de empresas de economias emergentes no mercado global tem chamado atenção de diversos estudiosos (CUI; JIANG, 2012; CHOUDHURY; KHANNA, 2014; CUERVO-CAZURRA, INKPEN; MUSACCHIO; RAMASWAMY, 2014; MUSACCHIO; LAZZARINI, 2014; BRUTON; PENG; AHLSTROM; STAN; XU, 2015; RODRIGUES; DIELEMAN, 2017). Dentre essas empresas, se destacam as Pequenas e Médias Empresas (PME) que, por muitas vezes, tendem a não participar do comércio exterior em detrimento ao seu porte e por não atuarem com grandes volumes de importação e exportação.

Esta ótica apresenta traços de disrupção. Segundo dados do AliceWeb (2015), no ano de 2014 o Brasil exportou cerca de 225 milhões de USD, sendo que dez milhões do total foram exportado pelas PMEs. Percentualmente o valor é baixo (corresponde a pouco menos de 5% do valor total), mas demonstra o espaço ocupado pelas PMEs e essa participação pode se elevar, caso mais estímulos e investimentos sejam oferecidos a este tipo de empresa.

No Brasil, as PMEs possuem um papel relevante na sociedade, principalmente porque essas empresas empregam grande parte da mão de obra. As *startups*, empresas de base tecnológica, destacam este tipo empresarial. As *startups* são caracterizadas pelo seu dinamismo, mas dificuldades como limitação de recursos (internos e externos), regulação, tributação, sensibilidade a crises e a instabilidade econômica e política podem impactar seu desenvolvimento. Ricupero e Barreto (2007) afirmam que a internacionalização pode não ser uma escolha voluntária, mas sim a única alternativa para essas empresas enfrentarem as mudanças.

Para combater essas dificuldades, é relevante que os gestores repensem suas estratégias e busquem

alternativas que possibilitem a permanência, sustentabilidade e o crescimento empresarial. Neste sentido, a exportação pode ser a solução para diversificar os mercados, aumentar o faturamento e gozar de outros inúmeros benefícios pois, como o sugere Vernon (1966), o ciclo de vida de um produto, em certos casos, pode apresentar declínio em seu mercado de origem, mas em outros mercados este poderá ser prolongado.

Assim, devido à importância das PMEs na economia do país e a necessidade de se conhecer mais sobre a atuação desse perfil de empresa na balança comercial, essa pesquisa visa analisar a rede de países importadores dos produtos brasileiros realizados pelas PMEs, no período de 2010 a 2014. Nessa análise é explorada a quantidade de empresas que realizaram exportação no período, os valores em FOB dólar por porte de empresa e a rede de países que importaram das PMEs brasileiras no período investigado. O trabalho é subdividido em seções, a saber: revisão teórica sobre a internacionalização de PMEs e redes de empresas, metodologia da pesquisa, análise dos dados e considerações finais.

Internacionalização de PMEs

A atuação em mercados globais, principalmente em economias exigentes, foi característica das grandes multinacionais, mas esta realidade vem se modificando ao longo dos anos. A literatura acerca da internacionalização de empresas, em grande parte, tem seu foco nas empresas multinacionais, mas as PMEs estão ganhando força ao longo dos anos e alguns autores tem destacado esse fenômeno (ANDERSEN, 1993; BELL, 1995; LEONIDOU; KATSIKEAS, 1996; BELL; CRICK; YOUNG, 2004).

Um dos modelos mais tradicionais sobre internacionalização de empresas é o da escola de Uppsala, desenvolvido por Johanson e Vahlne

(1977). Esse modelo recomenda que a adoção da estratégia de exportação deva ser gradual, paulatina e sequencial, isto é, as empresas devem começar a exportar de forma a acumular conhecimento. À medida que a empresa vai se tornando mais madura nesse processo, ela se compromete podendo vislumbrar mercados mais distantes.

Dentro desta perspectiva são considerados quatro níveis de exportação: i), a realização de exportações não regulares, ou seja, ocorre uma exportação sem demanda constante, de forma esporádica; ii) a exportação utilizando representantes para auxiliar no mercado de destino; iii) a abertura de um escritório comercial, como forma de aproximação; e iv) a montagem de uma planta *greenfield* no país alvo.

Apesar da contribuição que o estudo desenvolvido por Johanson e Vahlne (1997) trouxe para a internacionalização de empresas, o conceito *born global* vem ganhando força a partir da década de 90, contrariando o modelo de Uppsala (BONACCORSI, 1992; COVIELLO, 1994; OVIATT; MCDOUGALL, 1994; BELL, 1995; BOTER; HOLMQUIST, 1996; MADSEN; SERVAIS, 1997; CRICK; JONES, 2000; BELL, CRICK; YOUNG, 2004).

Segundo Nordman e Melén (2008) a caracterização de *born global* se adequa as empresas que descobrem a busca de oportunidades em outros países deste o começo de suas atividades. Dentro desta perspectiva, uma empresa nasce global, ou seja, não se torna internacional por forças internas ou externas, mas chega ao mercado com esse foco. 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 de tecnologia da informação.

Já Bilkey e Tesar (1977) afirmam que, na verdade, as PMEs tendem a não ter a exportação como algo pensado estrategicamente. As

PMEs não se planejam para a exportação, mas simplesmente respondem a solicitação do mercado. Os autores contradizem o ponto de vista defendido por Nordman e Melén (2008) afirmando que as empresas não são proativas a internacionalização.

Um fator ligado diretamente ao sucesso contínuo e a expansão sustentável das PMEs é a atividade de planejamento estratégico realizado por seus gestores (MINTZBERG, 1978; TIMMONS, 1978; GIBB; SCOTT, 1985; SHUMAN; SEEGER, 1986). A formulação de estratégias é essencial para sucesso organizacional frente ao mercado.

Redes de empresas

Grandori e Soda (1995) definem rede 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 atuam 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.

Para Castells (1999), redes 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 organizar os relacionamentos entre os atores, privilegiando a cooperação mútua e a flexibilização da estrutura funcional. É importante destacar que essa interação não elimina a competição e os conflitos de ideias.

Com o aumento da globalização e a crescente necessidade de elevar a competitividade, as empresas buscam 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, organizar atividades econômicas a partir da coordenação e proporcionar a cooperação entre empresas.

Sobre essa linha de pensamento, Alves *et al.* (2010) consideram que estabelecer redes de cooperação é uma estratégia eficiente e eficaz, pois é uma alternativa de se elevar o conhecimento organizacional. Destacando as PMEs, Souza *et al.* (2015, p. 262) complementam esta ideia afirmando que “os esforços para sobrevivência e competitividade das micro e pequenas empresas têm se voltado cada vez mais para as parcerias, como forma alternativa de estratégia competitiva”.

Bell (1995) e Child e Rodrigues (2010) ressaltam que a abordagem de redes é uma alternativa para as PMEs superarem as dificuldades da escassez de recursos, o que é apontado como um fator limitador para internacionalização das empresas. O trabalho em redes no contexto internacional é uma importante ferramenta que pode colaborar para um 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. A internacionalização de PMEs, aliada às redes, pode ser uma alternativa de entrada e permanência em novos mercados. Essa 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 empresarial.

Metodologia da pesquisa

A metodologia de pesquisa detalha as etapas de condução do estudo, desde a sua concepção até

as conclusões. A escolha da metodologia correta é fator de sucesso qualquer pesquisa científica.

A pesquisa em questão é classificada como qualitativa e interpretativa que, conforme Creswell (2007), interpreta os dados da pesquisa, abrange a descrição de uma pessoa ou de um cenário, a análise de dados para a identificação de temas ou categorias e a interpretação ou conclusões sobre o seu significado, pessoal e teórico.

Quanto aos fins, a pesquisa é classificada como descritiva dada à intenção de desvendar e expor características de determinada população. Não tem o 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 PMEs brasileiras no período de 2010 a 2014. Segundo Gil (2002), 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 na pesquisa são secundários (coletados no banco de dados disponibilizado pelo governo federal chamado de AliceWeb) e tratados pelo software Excel. Para a formação das redes foi utilizado o sistema Ucinet 6 versão 11.0.035197. O critério adotado para definir PMEs foi o sugerido pelo próprio 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 n° 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 Metodologia).

O Quadro 1 apresenta a classificação de PMEs consideradas nesta pesquisa.

Quadro 1 – Classificação das empresas de pequeno e médio porte

Porte	Indústria		Comércio e Serviços	
	Nº Empregados	Valor	Nº Empregados	Valor
Pequena	De 11 a 40	Até US\$ 3,5 milhões	De 6 a 30	Até US\$ 1,5 milhão
Média	De 41 a 200	Até US\$ 20 milhões	De 31 a 80	Até US\$ 7 milhões

Fonte: AliceWeb, 2015

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

Análise de dados

O primeiro passo da pesquisa foi identificar o número de empresas, do tipo PME, que realizaram exportações no período de 2010 a 2014. Abaixo, a TABELA 1 demonstra os números ao longo dos anos.

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

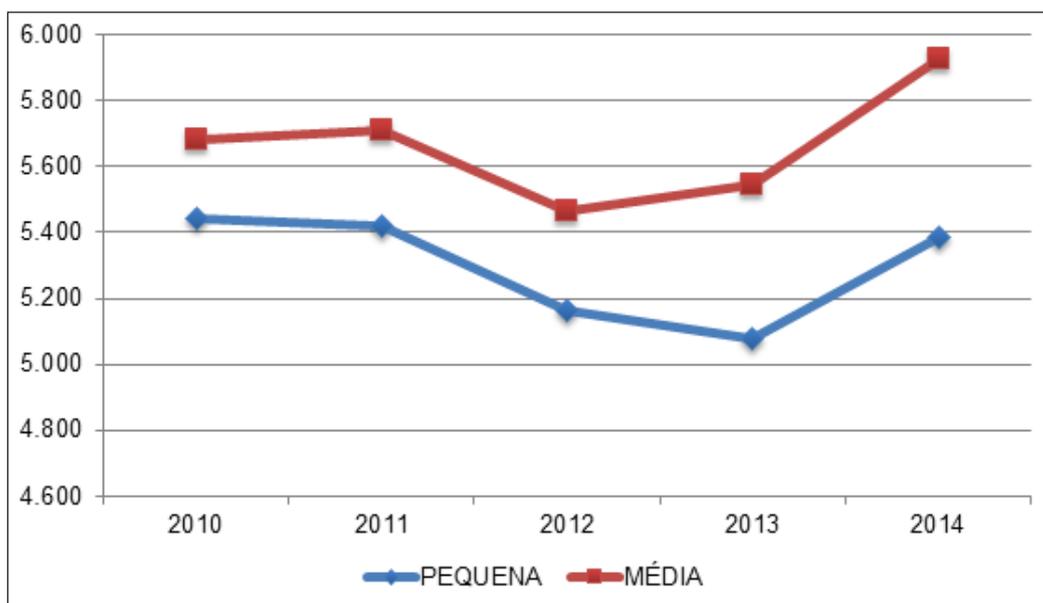
Porte	2010	2011	2012	2013	2014
Pequena	5.445	5.417	5.163	5.076	5.385
Média	5.681	5.710	5.464	5.546	5.926
Total	11.126	11.127	10.627	10.622	11.311

Fonte: AliceWeb, 2015

É possível verificar que existe uma média de dez mil PMEs e este número se mantém similar

ao longo dos anos. O Gráfico 1 ilustra esses números.

Gráfico 1 – Número de empresas exportadoras nos anos 2010 a 2014 no Brasil



Fonte: AliceWeb, 2015

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 Tabela 2 os valores de exportação das PMEs em cada um dos anos pesquisados e o valor total no período analisado.

Tabela 2 - Valor em FOB dólar de exportação por porte de empresa no Brasil

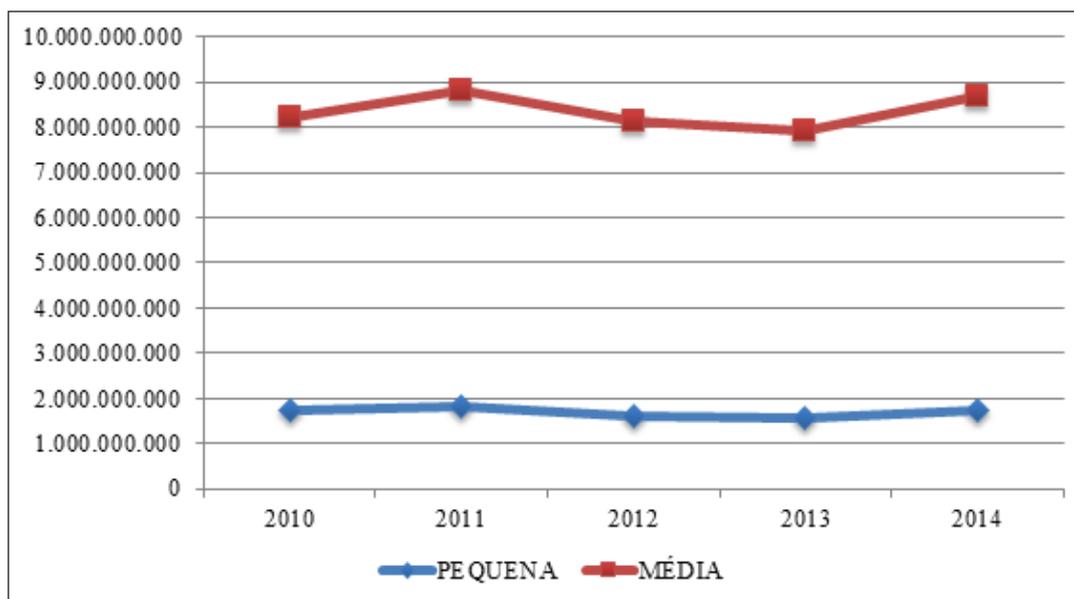
Porte	2010	2011	2012	2013	2014
Pequena	1.733.603.197	1.806.976.815	1.593.501.399	1.569.020.683	1.746.003.758
Média	8.198.995.145	8.819.000.104	8.132.378.170	7.905.567.267	8.663.853.913
Total	9.932.598.342	10.625.976.919	9.725.879.569	9.474.587.950	10.409.857.671

Fonte: AliceWeb, 2015

Percebe-se que em valor FOB dólar, durante os anos selecionados apresenta crescimento

relativamente estável, mantendo a média do período na casa dos 9 bilhões.

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



Fonte: AliceWeb, 2015

No 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 (Gráfico 1), em termos de valores, a queda em FOB dólar não foi tão expressivo quanto o número de empresas. A

seguir esses números são detalhados por ano pesquisado (de 2010 a 2014).

Ano de 2010

Os dez principais países que mais importaram das pequenas empresas brasileiras no ano de 2010 são destacados no Quadro 2.

Quadro 2 – 10 principais países importadores de pequenas empresas em 2010

Class.	País	Valor USD	% País	% 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 dez Países		\$ 1.026.907.627,00	100%	57%
Total geral exportado no ano		\$ 1.806.976.815,00		

Fonte: AliceWeb, 2015

É possível verificar que o total exportado pelos dez principais países foi de USD 1.026.907.627,00, isso significa que esses países juntos corresponderam a 57% do total exportado. Dentre as exportações, 16% do total foram feitas pelos Estados Unidos, enquanto em segundo lugar aparece a Argentina com 10%, Paraguai com 7% e os demais países entre 4 a 3%. Os dez principais países que mais importaram das médias empresas brasileiras no ano de 2010 são destacados no Quadro 3.

Quadro 3 – 10 principais países importadores das médias empresas em 2010

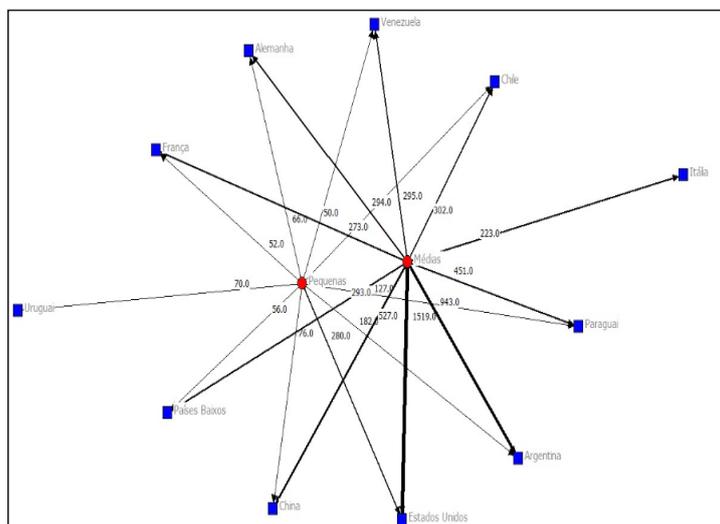
Class.	País	Valor USD	% País	% Geral
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.519.666.424,00	30%	17%
2	ARGENTINA	\$ 943.891.288,00	18%	11%
3	CHINA	\$ 527.716.853,00	10%	6%
4	PARAGUAI	\$ 451.059.843,00	9%	5%
5	CHILE	\$ 302.967.870,00	6%	3%
6	VENEZUELA	\$ 295.866.775,00	6%	3%
7	ALEMANHA	\$ 294.202.373,00	6%	3%
8	PAISES BAIXOS (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 dez Países		\$ 5.125.920.523,00	100%	58%
Total geral exportado no ano		\$ 8.819.000.104,00		

Fonte: AliceWeb, 2015

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. A Figura 1 ilustra a formação em rede dos países pelas PMEs no ano de 2010.

Figura 1 – Grafo de formação das redes das PMEs no ano de 2010



Fonte: AliceWeb, 2015

As linhas mais espessas correspondem ao maior valor de importação realizado pelo país. É possível verificar que as PMEs têm os Estados Unidos e a Argentina como os maiores importadores, porém, a densidade do laço das médias empresas é maior se comparado com as pequenas empresas.

Ano de 2011

Os dez principais países que mais importaram das pequenas empresas brasileiras no ano de 2011 são destacados no Quadro 4.

Quadro 4 – 10 principais países importadores de pequenas empresas em 2011

Class.	País	Valor USD	% País	% 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 dez Países		\$ 968.815.292,00	100%	56%
Total geral exportado no ano		\$ 1.733.603.197,00		

Fonte: AliceWeb, 2015

Esses países juntos corresponderam a 56% do valor total das exportações das pequenas empresas no ano de 2011 (número semelhante ao ano anterior). Os Estados Unidos e Argentina continuaram sendo os principais países

importadores das pequenas empresas brasileiras durante esse período. Os dez principais países que mais importaram das médias empresas brasileiras no ano de 2011 são destacados no Quadro 5.

Quadro 5 – 10 principais países importadores das médias empresas em 2011

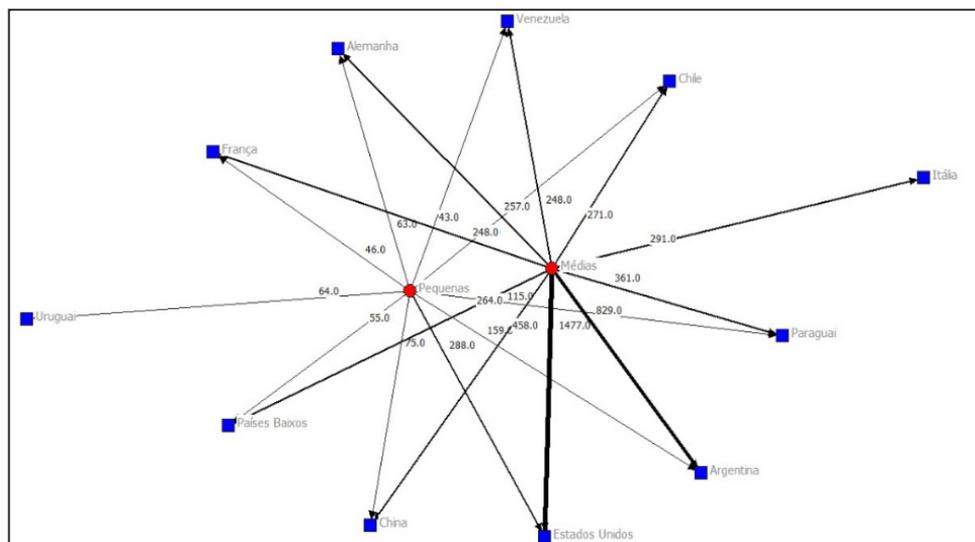
Class.	País	Valor USD	% País	% Geral
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.477.691.413,00	31%	18%
2	ARGENTINA	\$ 829.042.810,00	18%	10%
3	CHINA	\$ 458.682.195,00	10%	6%
4	PARAGUAI	\$ 361.551.762,00	8%	4%
5	CHILE	\$ 271.723.807,00	6%	3%
6	VENEZUELA	\$ 248.595.680,00	5%	3%
7	ALEMANHA	\$ 257.880.508,00	5%	3%
8	PAISES BAIXOS (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 dez Países		\$ 4.709.288.826,00	100%	57%
Total geral exportado no ano		\$ 8.198.995.145,00		

Fonte: AliceWeb, 2015

Assim como as pequenas empresas, o ano de 2011 manteve o mesmo perfil do ano anterior. Sendo o total exportado pelos dez principais países correspondente a 57% e

mantendo os Estados Unidos e Argentina como os dois maiores importadores. A Figura 2 ilustra a formação em rede dos países pelas PMEs no ano de 2011.

Figura 2 – Grafo de formação das redes das PMEs no ano de 2011



Fonte: AliceWeb, 2015

É possível observar a forte interação com os Estados Unidos e Argentina, sendo mais evidente a força do laço das médias empresas.

Ano de 2012

Os dez principais países que mais importaram das pequenas empresas brasileiras no ano de 2012 são destacados no Quadro 6.

Quadro 6 - 10 principais países importadores das pequenas empresas em 2012

Class.	País	Valor USD	% País	% 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 dez Países		\$ 886.898.831,00	100%	56%
Total geral exportado no ano		\$ 1.593.501.399,00		

Fonte: 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 a

Argentina foram os dois principais importadores. Os dez principais países que mais importaram das médias empresas brasileiras no ano de 2012 são destacados no Quadro 7.

Quadro 7 – 10 principais países importadores das médias empresas em 2012

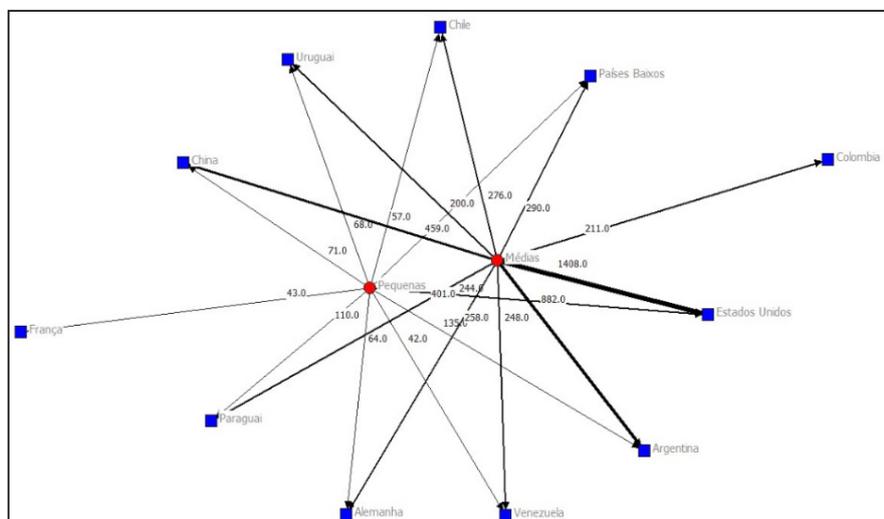
Class.	País	Valor USD	% País	% Geral
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.408.415.808,00	30%	17%
2	ARGENTINA	\$ 882.503.228,00	19%	11%
3	CHINA	\$ 459.173.191,00	10%	6%
4	PARAGUAI	\$ 401.305.326,00	9%	5%
5	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 290.327.133,00	6%	4%
6	VENEZUELA	\$ 281.348.717,00	6%	3%
7	CHILE	\$ 276.910.115,00	6%	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 dez Países		\$ 4.670.790.199,00	100%	57%
Total geral exportado no ano		\$ 8.132.378.170,00		

Fonte: 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 a Argentina foram os dois principais importadores. A Figura 3 ilustra a formação em rede dos países pelas PME's no ano de 2012.

Figura 3 – Grafo de formação das redes das PME's no ano de 2012



Fonte: AliceWeb, 2015

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

Os dez principais países que mais importaram das pequenas empresas brasileiras no ano de 2013 são destacados no Quadro 8.

Quadro 8 - 10 principais países importadores das pequenas empresas em 2013

Class.	País	Valor USD	% País	% 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 dez Países		\$ 870.505.108,00	100%	55%
Total geral exportado no ano		\$ 1.569.020.683,00		

Fonte: AliceWeb, 2015

No ano de 2013, o grupo dos dez principais importadores do Brasil teve uma ligeira queda no total exportado, correspondendo ainda a 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. Os dez principais países que mais importaram das médias empresas brasileiras no ano de 2013 são destacados no Quadro 9.

Quadro 9 – 10 principais países importadores das médias empresas em 2013

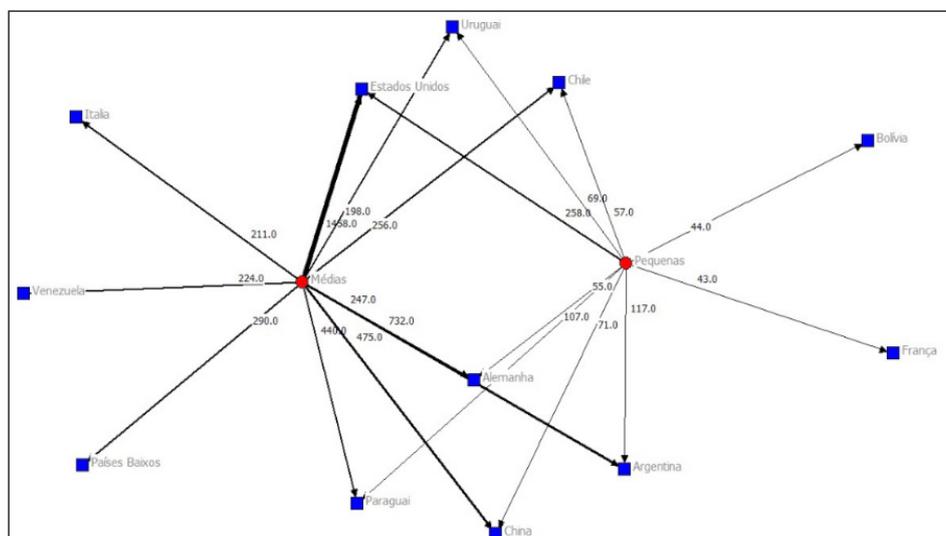
Class.	País	Valor USD	% País	% Geral
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.458.552.655,00	32%	18%
2	ARGENTINA	\$ 732.128.377,00	16%	9%
3	CHINA	\$ 475.328.252,00	10%	6%
4	PARAGUAI	\$ 440.268.342,00	10%	6%
5	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 298.461.573,00	7%	4%
6	CHILE	\$ 256.302.589,00	6%	3%
7	ALEMANHA	\$ 247.564.013,00	5%	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 dez Países		\$ 4.544.118.297,00	100%	57%
Total geral exportado no ano		\$ 7.905.567.267,00		

Fonte: 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 a Argentina foram os dois principais importadores. A Figura 4 ilustra a formação em rede dos países pelas PMEs no ano de 2013.

Figura 4 – Grafo de formação das redes das PMEs no ano de 2013



Fonte: AliceWeb, 2015

Observa-se a forte interação com os Estados Unidos e Argentina, sendo mais evidente a força do laço das médias empresas, como nos anos anteriores.

Ano de 2014

Os dez principais países que mais importaram das pequenas empresas brasileiras no ano de 2014 são destacados no Quadro 10.

Quadro 10-10 principais países importadores das pequenas empresas em 2014

Class.	País	Valor USD	% País	% 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 dez Países		\$ 936.891.643,00	100%	58%
Total geral exportado no ano		\$ 1.746.003.758,00		

Fonte: AliceWeb, 2015

Esses países correspondem 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 em terceiro. Os Estados

Unidos se mantiveram como o principal importador das pequenas empresas brasileiras. Os dez principais países que mais importaram das médias empresas brasileiras no ano de 2014 são destacados no Quadro 11.

Quadro 11 – 10 principais países importadores das médias empresas em 2014

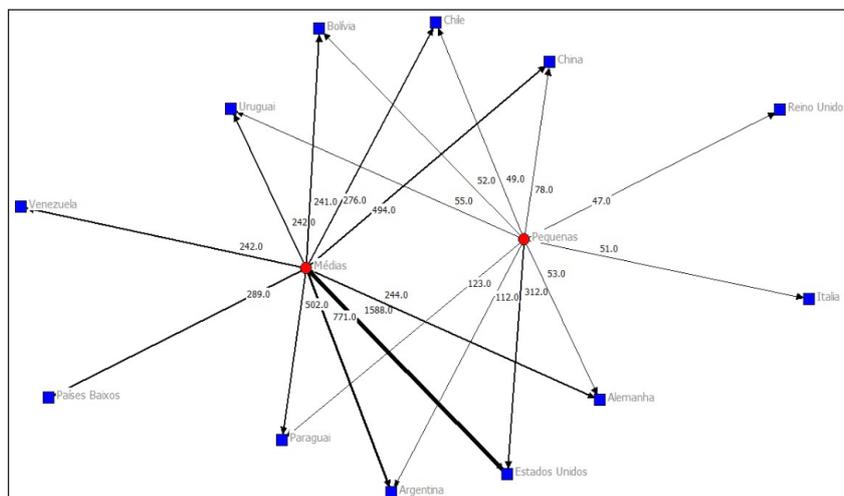
Class.	País	Valor USD	% País	% Geral
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.588.172.437,00	32%	18%
2	ARGENTINA	\$ 771.152.529,00	16%	9%
3	PARAGUAI	\$ 502.779.869,00	10%	6%
4	CHINA	\$ 494.087.925,00	10%	6%
5	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 289.586.170,00	6%	3%
6	CHILE	\$ 276.861.846,00	6%	3%
7	ALEMANHA	\$ 244.456.717,00	5%	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 dez Países		\$ 4.893.117.293,00	100%	56%
Total geral exportado no ano		\$ 8.663.853.913,00		

Fonte: 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. Houve uma ligeira queda em relação

ao ano anterior, os Estados Unidos e Argentina foram os dois principais importadores, assim como os anos anteriores pesquisados. A Figura 5 ilustra a formação em rede dos países pelas PMEs no ano de 2014.

Figura 5 – Grafo de formação das redes das PMEs no ano de 2014



Fonte: AliceWeb, 2015

É possível observar a forte interação com os Estados Unidos e Argentina. Sendo mais evidente a força do laço das médias empresas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da pesquisa foi 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 têm 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.

Houve grande concentração 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, PMEs tem um comportamento 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 possam atuar com mais força 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.

Outras propostas interessantes de pesquisa seriam investigar quais características que podem auxiliar as PMEs empresas brasileiras no processo de internacionalização e quais a influencias o governo e as universidades exercem nesse processo.

REFERENCIAS

- ALICEWEB. Disponível em: < <http://aliceweb.mdic.gov.br/> >. Acesso em: 20 maio 2015.
- ALVES, J. N. *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.
- ANDERSEN, O. On the Internationalization Process of Firms: A Critical Analysis, **Journal of International Business Studies**, v. 24, n. 2, p. 209-231, 1993.
- 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. The internationalization of small computer software firms: A further challenge to “stage” theories. **European Journal of Marketing**, v. 29, n. 8, p. 60-75, 1995.
- BELL, J.; CRICK, D.; YOUNG, S. Small firm internationalization and business strategy: an exploratory study of ‘knowledge-intensive’ and ‘traditional’ manufacturing firms in the UK. **International Small Business Journal**, v. 22, n. 1, p. 23-56, 2004.
- BILKEY, W. J.; TESAR, G. The export behavior of smaller sized Wisconsin manufacturing firms. **Journal of International Business Studies**, v. 3, 1977.
- BONACCORSI, A. On the Relationship between Firm Size and Export Intensity. **Journal of International Business Studies**, v. 23, p. 605-635, 1992.
- BOTER, H.; HOLMQUIST, C. Industry characteristics and internationalisation processes in small firms, **Journal of Business Venturing**, v. 11, p. 471-87, 1996.
- BRUTON, G. D. *et al.* State-owned enterprises around the world as hybrid organizations. **Academy of Management Perspectives**, v. 29, n. 1, p. 92-114, 2015.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CHILD, J.; RODRIGUES, S.B.; FRYNAS, G. Psychic distance, its impact and coping modes: Interpretations of SME decision makers. **Management International Review**, v. 49, n. 2, p. 199-224, 2010.
- CHOUDHURY, P.; KHANNA, T. Toward resource independence – Why state-owned entities become multinationals: An empirical study of India’s public R & D laboratories. **Journal of International Business Studies**, v. 45, n. 8, p. 943-960, 2014.
- COVIELLO, N. E. **Internationalizing the Entrepreneurial High Technology, Knowledge- intensive Firm**. PhD Thesis, Department of Marketing, University of Auckland, New Zealand, 1994.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- CRICK, D.; JONES, M.V. Small high-technology firms and international hightechnology markets. **Journal of International Marketing**, v. 8, p. 63-85, 2000.
- CUERVO-CAZURRA, A. *et al.* Governments as owners: State-owned multinational companies.

- Journal of International Business Studies**, v. 45, n. 8, p. 919–942, 2014.
- CUI, L.; JIANG, F. State ownership effect on firms' FDI ownership decisions under institutional pressure: A study of Chinese outward-investing firms. **Journal of International Business Studies**, v. 43, n. 3, p. 264–284, 2012.
- GIBB, A. SCOTT, M. Strategic awareness, personal commitment and the process of planning in the small business. **Journal of Management Studies**, n. 22, p. 597–631, 1985.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- 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**, v. 8, n. 1, p. 23–32, 1977.
- LEONIDOU, L.C.; KATSIKEAS, C.S. The export development process: an integrative review of empirical models, **Journal of International Business Studies**, v. 27, Third Quarter, p. 517–51, 1996.
- MADSEN, T. K.; SERVAIS, P. The internationalization of Born Globals: An Evolutionary Process? **International Business Review**, v. 6, n. 6, p. 561–583, 1997.
- MINTZBERG, H. Patterns in strategy formation. **Management Science**. v. 24, n. 9, 1978.
- MUSACCHIO, A.; LAZZARINI, S. G. **Reinventing state capitalism: Leviathan in business, Brazil and beyond**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2014.
- NORDMAN, E. R.; MELÉN, S. The impact of different kinds of knowledge for the internationalization process of Born Globals in the biotech business. **Journal of World Business**, v. 43, n. 2, p. 171–185, 2008.
- OLAVE, M. E. L.; NETO, J. A. Redes de cooperação produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas. **Gestão & Produção** v.8, n.3, p. 289–303, 2001.
- OVIATT, B.; MCDUGALL P. P. Toward a theory of international new ventures. **Journal of International Business Studies**, v. 25, n. 1, p. 45–64, 1994.
- RICUPERO, R.; BARRETO, F. M. 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**. Rio de Janeiro: Campus, 2007.
- RODRIGUES, S. B.; DIELEMAN, M. The internationalization paradox: Untangling dependence in multinational state hybrids. **Journal of World Business**, n. 53, p. 39–41, 2017.
- SHUMAN, J. C.; SEEGER, J. A. The Theory and Practice of Strategic Management in Smaller Rapid Growth Companies. **American Journal of Small Business**, v. 11, n. 1, p. 7–18, 1986.
- SOUZA, G. H. S. *et al.* A influência das redes de cooperação no desenvolvimento de micro e pequenas empresas (MPES). **Desenvolvimento em Questão**, v. 13, n. 31, p. 259–294, 2015.
- TIMMONS, J. A. Characteristics and role demand of entrepreneurship. **American Journal of Small Business**, v. 3, n. 1, p. 5–17, 1978.
- VERNON, R. International investment and international trade in the product cycle. **The quarterly journal of economics**, p. 190–207, 1966.