



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS**



ANA LETICIA LOMA ZACHEO
FELIPE ALCÂNTARA GODOY

Internacionalização de micro e pequenas empresas:

A questão Brasileira

Limeira
2015



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS**



ANA LETICIA LOMA ZACHEO
FELIPE ALCÂNTARA GODOY

Internacionalização de micro e pequenas empresas:

A questão Brasileira

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Gestão de Comércio Internacional à Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas.

Orientador: Prof. Dr. Cristiano Morini

Limeira
2015

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca da Faculdade de Ciências Aplicadas
Renata Eleuterio da Silva – CRB 8/9281

Z12q Zacheo, Ana Letícia Loma, 1993-
Internacionalização de micro e pequenas empresas: a questão brasileira /
Ana Letícia Loma Zacheo, Felipe Alcântara Godoy. - Limeira, SP: [s.n.], 2015.

Orientador: Cristiano Morini.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Estadual de
Campinas, Faculdade de Ciências Aplicadas

1. Empresas - Brasil. 2. Pequenas empresas. 3. Globalização. I. Godoy,
Felipe Alcântara, 1993-. II. Morini, Cristiano, 1974-. III. Universidade Estadual
de Campinas. Faculdade de Ciências Aplicadas. IV. Título.

Informações adicionais, complementares

Título em outro idioma: Internalization of micro and small enterprises: the Brazilian
issue

Palavras-chave em inglês:

Companies – Brazil

Small companies

Globalization

Titulação: Bacharel em Gestão de Comércio Internacional

Banca examinadora: Yuri da Cunha Ferreira

Data de entrega do trabalho definitivo: 04-12-2015

Dedicamos este trabalho à Deus,
Aos nossos pais, familiares, namorados e amigos,
Pela paciência, incentivo e todo amor que nos
concederam.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos nosso orientador, Professor Dr. Cristiano Morini, pela orientação e ensinamentos.

Agradecemos a todos os amigos e familiares, que nos auxiliaram em todos os momentos de incerteza e insegurança, auxiliando-nos de todas as maneiras que fossem possíveis.

Agradecemos a Deus, pela dádiva da vida e por todas as oportunidades que nos permitiu, sem Ele nada disso seria possível.

GODOY, Felipe Alcântara; ZACHEO, Ana Leticia Loma. Internacionalização de Micro e pequenas empresas: A questão Brasileira. 2015. n.º. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Gestão de Comércio Internacional.) – Faculdade de Ciências Aplicadas. Universidade Estadual de Campinas. Limeira, 2015.

RESUMO

Este trabalho é resultado de um estudo sobre o processo de internacionalização das micro e pequenas empresas brasileiras (MPE), com ênfase no setor de tecnologia, que, através das inovações utilizadas pelas empresas do ramo, permite um destaque perante os demais segmentos de atuação das empresas de menor porte. Foram utilizados tanto o método de procedimento histórico, para analisar 45 artigos científicos e documentos relacionados às palavras-chave no sistema de bibliotecas da Unicamp (SBU), quanto o método de abordagem dedutiva, que permitiu a inferência estatística na análise dos gráficos e dados. É possível notar a dificuldade enfrentada pelas empresas de pequeno porte quanto ao processo de internacionalização, representadas em menos de 1% do total correspondente aos valores exportados por empresas brasileiras em 2014. O principal objetivo deste documento é identificar e analisar as dificuldades enfrentadas pelas MPE brasileiras, bem como sugerir medidas visando a transformação desse cenário para melhorar a economia, não só em relação aos agentes envolvidos, mas macroeconomicamente. Constituíram-se como principais barreiras ao processo de internacionalização das MPE: A escassez de recursos financeiros, pautada, principalmente, na limitação de acesso ao crédito financiador de investimentos; a má gestão administrativa dos empresários e a falta de apoio governamental, incluindo fatores como incentivos fiscais e políticos. Sendo assim, as práticas para reduzir os impactos da dificuldade em internacionalizar-se constituem-se na realização de parcerias com incubadoras e parques tecnológicos a fim de agregar valor científico aos processos, e utilização de aparatos de propriedade intelectual, visando ampliar a credibilidade nos serviços e produtos, além de gerar atratividade para potenciais mercados estrangeiros. Os conceitos são aplicados restritamente aos anseios das MPE brasileiras, deixando clara a necessidade de pesquisas futuras e complementares sobre o tema que faz-se obsoleto a medida que o contexto econômico mundial oscila.

Palavras-chave: Internacionalização 1. Micro e Pequenas Empresas 2. Empresas de Base Tecnológica 3. Born Globals

GODOY, Felipe Alcântara; ZACHEO, Ana Leticia Loma. Internationalization of Micro and Small Enterprises: The Brazilian issue. 2015. n^of. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Gestão de Comércio Internacional.) – Faculdade de Ciências Aplicadas. Universidade Estadual de Campinas. Limeira, 2015.

ABSTRACT

This work is a result of a study based on the micro and small Brazilian enterprises internationalization process (MSE), emphasizing in the technology sector, which, through the innovations used by companies in the industry, allows a better highlight before the other smaller enterprise activities areas. It was used both the historical method of procedure, to analyse 45 scientific articles and papers related to the key-words in Unicamp's library system (SBU), and the method of deductive approach, allowing the statistic inference in the analysis of graphs and data of documents. It is possible to notice the main difficulty faced by micro and small size companies about the internationalization process, representing less than 1% from all exported values by Brazilian companies in 2014. The main objective of this document is to identify and analyze the difficulties faced by Brazilian MSE, and suggest actions to transform this scenario to increase the economy, not only for the individually involved brokers, but also macroeconomically. As main barriers of the MSE: Financial resources lack, mainly, on the credit access limitation for investments; Bad business management and low government support including factors like tax and political incentives. Therefore, the actions to reduce the negative impacts caused from the difficulties to internationalize are related to partnerships with incubators and technology parks to aggregate scientific value to the process, and using intellectual property displays to get credibility on the services and products, and generate attractiveness to potential foreign markets. This research is applied strictly to the yearnings of Brazilian MSE, highlighting the need of future and complementary researches about this subject that becomes obsolete as the economic context oscillates.

Keywords: Internationalization 1. Micro and Small companies 2. Technology-based companies 3. Born Globals 4.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Tamanho da Empresa a Partir do Número de Funcionários.....	14
Tabela 2	Correlação de Pearson para variáveis independentes.....	17
Tabela 3	Motivação para a Criação da Empresa	24
Tabela 4	Fatores que afetam o processo de internacionalização Born Global.....	27
Tabela 5	Principais Barreiras à Internacionalização de PME Brasileiras	34

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Exportação por porte da Empresa (Número de empresas)	29
Gráfico 2	Exportação por porte da Empresa (Participação % sobre o valor em 2013)	30

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES	Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social
CGV	Cadeias Globais de Valor
EBG	Empresas Born Globals
EBT	Empresas de Base Tecnológica
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
IPEA	Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas
PIB	Produto Interno Bruto
MPE	Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	12
2.	AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO	14
2.1	Estrutura das Empresas: Micro e Pequeno porte	14
2.2	Índice de Internacionalização de Micro e Pequenas Empresas no Brasil	15
2.3	Internacionalização	21
2.4	Empresa de Base Tecnológica	22
2.5	Born Globals	25
2.6	Barreiras a internacionalização de PME no Brasil	30
3.	RESULTADOS	33
4.	CONCLUSÕES E SUGESTÕES.....	36
5.	REFERÊNCIAS	38

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

Com o intuito de explicar a problematização e barreiras enfrentadas pelas micro e pequenas empresas (PME) brasileiras à internacionalização, visto durante a graduação, como a falta de exemplos brasileiros de internacionalização, criou-se esse estudo com ênfase nas dificuldades enfrentadas, conceituar as PME brasileiras, as empresas de base tecnológica e seus problemas quanto à introdução de empresas nacionais no cenário externo.

As micro e pequenas empresas são geralmente formadas por até 99 funcionários (pequenas) e 19 funcionários (micro), possuem avantajada participação no valor (US\$) exportado, mesmo assim, ainda tem pouca visibilidade quanto ao processo de internacionalização, apesar de representarem grande parte de empresas exportadoras brasileiras, aproximadamente 9.182, segundo MDIC.

A base do trabalho é a comparação entre métodos existentes como modelo de Uppsala, empresas Born Globals, Internacionalização por meio de incubadores (EBT's) e mostrar a posição das PME brasileiras e suas barreiras à internacionalização, para que se possa chegar a uma análise do cenário brasileiro, onde é muito pequena a participação de micro e pequenas empresas na internacionalização.

Empresas Born Globals caracterizam-se pela rápida entrada no mercado internacional, são criadas ou se internacionalizam em até três anos, possuem grande capacidade de inovação e grande parte está situada em países nórdicos. Além delas, temos as chamadas Empresas de Base Tecnológica que estão situadas em Universidades e por isso fornecem ampla rede de pesquisa e desenvolvimento, possuem grande oferta de mão-de-obra, além de fornecer campo e conhecimento para se atingir um nicho de mercado.

Os dados analisados foram pesquisados e selecionados de acordo com os temas pertinentes ao assunto principal, sendo as referências subdivididas em autores nacionais e internacionais de acordo com as temáticas: empresas de pequeno porte, empresas de base tecnológica (EBT) e born globals (EBG).

As pesquisas tiveram graus de relevância, sendo prioritariamente utilizados os filtros de abordagem nas plataformas acadêmicas, tais quais os títulos disponíveis no Sistema de Bibliotecas da Universidade Estadual de Campinas (SBU). Foram utilizados tanto o método de procedimento histórico, para analisar 45 artigos

científicos e documentos relacionados às palavras-chave no sistema de bibliotecas da Unicamp (SBU), quanto o método de abordagem dedutiva, que permitiu a inferência estatística na análise dos gráficos e dados, inclusive artigos em inglês, principalmente, por ser um tema com maior foco de estudo em países do hemisfério norte.

A principal ênfase é identificar e analisar as principais barreiras à internacionalização de micro e pequenas empresas. As dificuldades encontradas tendem a serem fatores primordiais no desempenho das empresas, independentemente do setor ou característica de atuação.

A partir do estudo das empresas analisadas, foi estruturado o cenário de mercado das micro e pequenas empresas (MPE), mostrando sua realidade de pouca visibilidade no país, pouca atenção em estudos e grande potencial inovador e lucrativo, como vistos em estudos realizados pelo SEBRAE (2006) e MDIC (2014) destacando a posição das empresas de base tecnológica (EBT), uma parceria empresa-Universidade, as quais se fazem presentes nos chamados parques tecnológicos nacionais, grande fonte de desenvolvimento, pesquisa e inovação. (UTTERBACK, 1975)

A fim de identificar os principais fatores que impactam no desempenho exportador das PME's, partindo também da comparação com o conceito de Born Globals pode-se analisar o retardo desse nicho de empresas brasileiras comparados a países desenvolvidos, por exemplo, empresas que já nascem internacionalizadas ou se expandem em até três anos. Esse fator ocorre por falta de incentivos e investimentos, entre outras barreiras que serão explicadas no decorrer da dissertação.

A contextualização e barreiras presentes nesse nicho de mercado diferenciam-se dos demais com, o tipo de investimento, com o conhecimento das MPE e o incentivo do Governo (FERNANDES e SEIFERT, 2007), portanto, o trabalho busca mostrar essas barreiras, introduzi-las, mesmo que sem um estudo de mercado, indicando as dificuldades que são enfrentadas para internacionalizar.

Esse artigo é composto por três seções, com essa introdução. A Seção Dois engloba os tópicos de um a cinco, que introduz o conceito de micro e pequenas empresas e o processo de internacionalização, através das estruturas, do contexto de internacionalização, de empresa de base tecnológica e born globals.

A partir dos temas base é possível seguir para a seção três, onde é apresentado os resultados e conclusões do estudo, seguido pelas devidas referências e bases de estudo.

CAPÍTULO II – AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

2.1 Estrutura das Empresas: Micro e Pequeno porte

As empresas detém, por obrigação prevista em lei, uma padronização quanto a classificação na estrutura de mercado, podendo ser: micro, pequena, média ou grande. Essa classificação, utilizada nesta pesquisa como parâmetro, leva em consideração o número de funcionários. (AZEVEDO e LEONE, 2010).

As micro e pequenas empresas, ditas MPEs, detém uma padronização quanto ao número de funcionários utilizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2010), entidade privada auxiliadora dos pequenos empreendimentos Brasileiros, para facilitar na classificação em prol de uma melhor organização destas. Ainda que em diversos casos, especialmente nas empresas de base tecnológica (EBT), tenha-se uma maior flexibilidade na classificação destes – inclusive com alterações no padrão para indústrias e serviços/comércios (SEBRAE, 2010) -, permitindo uma variância no quadro. Tal padronização pode ser melhor analisada a partir da Tabela 1, segundo estudo da FUNCEX.

Tabela 1: Tamanho da Empresa a partir do Número de Funcionário

Tamanho	Número de Empregados
Micro	1 a 19
Pequena	20 a 99
Média	100 a 499
Grande	500 e mais empregados
Não Classificado	Não informou o número de empregados/ Não consta da RAIS nem do cadastro do IBGE

Fonte: FUNCEX, 2002.

O tamanho da empresa não é, geralmente, empecilho para o fator internacionalização, haja visto análise do Ministérios de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC, 2014) em relação aos dados disponibilizados de exportação

por número de empresas – São 9182 micro e pequenas empresas, em detrimento de 6680 de grande porte, e 5546 de médio porte. As micro e pequenas empresas são tidas como importantes e essenciais para o desenvolvimento econômico regional (SIMONETTI, 2007), mas, no caso brasileiro, ainda não há uma cultura de internacionalização produtiva tão exacerbada, quanto nos países desenvolvidos.

2.2 Internacionalização

A partir de um novo contexto de mercado e o avanço tecnológico muito se mudou no cenário em que as empresas estavam inseridas, algumas não passavam de umas produções regionais pouco viáveis a se adaptar a internacionalização, porém existem diversas abordagens referentes à internacionalização de empresas, sejam elas de pequeno porte, de base tecnológica ou Born Globals, conforme a Escola de Uppsala (JOHANSON e VAHLNE, 1977).

Essa teoria defende a internacionalização gradual, de acordo com os resultados de um mercado externo resultado de uma experiência, esse conceito mostra que uma proximidade “psiquicamente” traz vantagens como o maior conhecimento sobre Leis, regulamentações, cultura e mercado consumidor, trazendo maior vantagem competitiva.

Além dessa escola existe a abordagem OLI (Dunning, 1988) e Abordagem baseada em redes de negócios internacionais (Johanson e Vahlne, 1977), a primeira mostra a produção mediante três categorias: a vantagem do proprietário mediante os recursos, a vantagem geográfica e a vantagem internacional quanto à transferência de conhecimento entre as unidades de uma mesma empresa. Já a segunda teoria propôs que a internacionalização possui redes de relacionamento independentes, porém são economicamente dependentes, para essa escola, a verdadeira barreira é o desenvolvimento de relações. Pode-se perceber que a primeira abordagem lida com vantagens isoladas, são focadas em melhorias específicas e não dependentes como a segunda, que são várias melhorias ao mesmo tempo, podendo não ter um foco específico, mas um desenvolvimento total.

Com essas escolas e suas teorias, as empresas passaram a trilhar um caminho direto a internacionalização, deixaram de seguir os modelos tradicionais de expansão interna para a dominação de mercado e começaram a seguir um modelo de desenvolvimento interno e externo, ou apenas internalizando rapidamente para o

desenvolvimento interno da empresa como defende o “modelo de Uppsala”, na qual privilegia os aspectos de conhecimento sobre o mercado estrangeiro, está sempre ligada ao incremental da empresa, na decisão de internalizar processos produtivos, a sua decisão de internacionalizar possui ênfase no perfil incremental da decisão, por isso focada em internacionalizar para internalizar recursos, conhecimento, tecnologias e inovação. (Weisfelder, 2001)

O crescimento no porte produtivo é inevitável quando se tem uma visão imperativa da dominação do *market share* e há predisposição em atuar dentro de outros meios de competitividade. Internacionalizar-se é um dos trâmites comumente adotados por empresas que desejam evoluir, seja para expandir os negócios, ou visando maior rentabilidade, ainda que, segundo Silva e Boaventura (2011), exista uma relação negativa entre esses indicadores financeiros e o processo de internacionalização, explicitado na tabela 2.

Apesar de não haver uma literatura elucidativa à respeito do passo a passo necessário no processo de internacionalização (KRAUSS, 2006), algumas empresas adotam como uma das etapas existentes no processo de desenvolvimento da cadeia produtiva a conectividade com o mercado externo.

Conectar-se externamente – e não apenas estabelecer uma disputa comercial com as demais empresas – a fim de competir com os concorrentes potenciais leva o gestor a analisar todas as variáveis possíveis antes de tomar decisões quanto a externalização de seus fatores produtivos, ou, ao menos, exportar produtos e serviços.

Ribeiro, Oliveira Jr e Borini (2012) citam as MPE's brasileiras como exemplos negativos de crescimento da internacionalização, indo à contramão das cadeias globais de valor que surgem no contexto do mundo globalizado. E, mesmo com o potencial da mão de obra especializada brasileira nas práticas de inovação, não há uma taxa de internacionalização no Brasil tal qual lhe é percebida nos países desenvolvidos (Ribeiro, Oliveira Jr & Borini, 2012), mesmo no campo das empresas de base tecnológica que, em média, apresentam índices maiores de internacionalização.

Silva e Boaventura (2011) utilizam do coeficiente de Pearson, método de medida da correlação linear de duas variáveis quantitativas – abrangendo valores entre -1, para os termos inversamente relacionados, até 1, indicando a perfeita correlação de proporcionalidade - para mensurar as principais variáveis independentes existentes na tomada de decisão sobre a internacionalização, com foco no desempenho

financeiro das empresas, que, ao final, a fim de analisar o objetivo mor do sistema capitalista: A geração do lucro.

Para a análise foi considerado um horizonte temporal dos últimos cinco anos em uma amostra não-probabilística por conveniência. Foram analisadas, ao todo, nove empresas dos seguintes setores: alimentos; metalurgia e siderurgia; construção e engenharia; eletroeletrônicos; transportes e logísticas; perfumaria e cosméticos; tecnologia de informação; e têxtil, couro e vestuário. Todas as empresas possuem relatório administrativo publicado conforme Companhia de Valores Mobiliários (CVM).

Em relação aos indicadores utilizados por Silva e Boaventura (2011), a variável “internacionalização” foi baseada na pesquisa realizada pela Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (Unctad, 2010), aplicada pelo Jornal Valor Econômico (2009) em parceria com a Sociedade Brasileira de Estudos de Empresas Transnacionais e da Globalização Econômica (SOBEET).

A Unctad (2010) considerou 173 empresas brasileiras com atuação internacional e investimento estrangeiro superior a US\$ 10 milhões. A apresentação é constatada na tabela 2:

Tabela 2 – Correlação de Pearson para variáveis independentes

	GRAU DE INTERNACIONALIZAÇÃO
Receita líquida	0,758127779
Crescimento receita líquida	0,345462358
Lucro operacional	0,226541694
Margem operacional	-0,374189496
Lucro líquido	0,028496443
Margem líquida	-0,42200109
Patrimônio líquido	0,555192889
Retorno sobre Patrimônio líquido	0,248580242

Fonte: Silva e Boaventura (2011)

Essa análise permite inferir que a internacionalização não terá consequências significativas no desempenho financeiro da empresa – caso este fator seja o principal na tomada de decisão. Porém, ainda sim existe uma geração de valor capital nos parâmetros da receita líquida e patrimônio líquido. Por outro lado, equalizando a balança corrente na exploração dos serviços de internacionalização, a margem, tanto líquida (Lucro) quanto operacional (Custos variáveis diretos), sofrem influência negativa leve, indicando uma queda superficial em termos financeiros.

A fim de ponderar quais características e particularidades do cenário da empresa devem ser levados em consideração para o processo de internacionalização produtivo, os principais modelos são citados, segundo Machado e Carvalho (2011).

Carneiro e Dib (2007) apontam seis modelos que influenciam as estratégias de internacionalização. Os primeiros três modelos utilizam abordagens da internacionalização com base em decisões econômicas - privilegiam os aspectos econômicos. São eles: Teoria do Poder de Mercado de Hymer (1960/1976), Teoria da Internalização de Buckley e Casson (1976) e o Paradigma Eclético de Dunning (1977 e 1988). Já os últimos três utilizam abordagens da internacionalização com base na evolução comportamental. São eles: Modelo de Estágios de Uppsala (JOHANSON; VAHLNE, 1977), Network (JOHANSON; VAHLNE, 1990) e Empreendedorismo Internacional (ANDERSON, 2000) (p. 2)

A internacionalização de uma empresa consiste, segundo Francischini, Ribeiro e Cosentino (2008) no comprometimento gradual da empresa, explicado pela ótica do modelo de internacionalização comportamental de Uppsala, a seguir os preceitos:

- Exploração do mercado doméstico, através da absorção dos elementos regionais que permitem uma consolidação financeira da empresa e permita a expansão para mercados psiquicamente longínquos;
- Exportação e busca de novos mercados geográficos, seguindo os preceitos Uppsalianos de, após a afirmação no mercado doméstico, explorar a região geográfica mais próxima que se diferencie do nicho encontrado anteriormente;
- Implantação de subsidiárias de vendas e suporte administrativo, constituindo-se como uma fase avançada no elemento da internacionalização de uma empresa, criando pontos de apoio e venda a fim de garantir uma inserção segura no mercado-alvo;

- Início da cadeia produtiva no exterior, complementando o princípio do método de internacionalização segundo a Escola de Uppsala, com a iniciação de uma cadeia produtiva no mercado estrangeiro.

Os critérios são corroborados para um desempenho desejável no mercado externo, e sob o entendimento de procedimentos que visam a integração da empresa em níveis que não comprometam seus recursos financeiros, mas, permitam a inserção em uma cadeia de relacionamentos que facilite o gerenciamento de recursos, sejam eles tangíveis ou intangíveis: É a chamada “visão baseada em recursos” (VBR). (LEITE e PRIMO, 2014). Essa decisão gira em torno da questão da externalização x internalização da produção. Segundo o paradigma eclético de Dunning (1993) os ativos no exterior podem ser mensurados de forma a, entre outros aspectos, serem internacionalizados a fim de internalizar a produção, gerando um controle da produção que possibilitaria uma variação menor no custo e qualidade dos elementos produtivos. Em detrimento dessa análise, a concessão da empresa sobre o direito de licenciamento à terceiros, por exemplo, geraria uma coordenação mais ampla do processo, possibilitando o foco em outros elementos de mercado, como o marketing, distribuição, etc.

Silva (2003) incentiva a internalização produtiva, ainda que as empresas brasileiras não estejam atualmente nesse patamar de desenvolvimento internacional, como uma forma de autocontrole da empresa sob seus próprios rendimentos, que são produto da gestão dos ativos da empresa e preterindo redes de relacionamento com clientes e fornecedores – criando-se uma visão segundo os networks com os mercados globais (JUCHNIEVSK e SOARES, 2013).

A despeito do modelo de Dunning, o modelo Uppsaliano verifica, por exemplo, que, diante do processo de implementação de uma nova planta produtiva em território nacional a internacionalização exige ferramentas e métodos para sua aplicação, englobados por Francischini, Ribeiro e Cosentino (2008) nas áreas de produção, comercialização e pesquisa e desenvolvimento (P&D).

Além do campo de atuação, um fator essencial à ponderação da decisão de investimento são os meios a serem utilizados para que seja efetuada tal prática. A dizer, são conhecidas, vide Chesnais (1996) como i) Intercâmbio comercial; ii) Investimento produtivo no exterior; iii) Fluxo de capital monetário.

A partir dos métodos de internacionalização mais recorrentes nas empresas brasileiras, Uppsala e, posteriormente, a tendência ao mecanismo do

desenvolvimento dos networks (HILAL e HEMAIS, 2003), a leitura do cenário econômico de mercado é feito pela empresa que, então, estuda as possibilidades de internacionalização para melhoria de seu desempenho financeiro, tal qual analisado por Silva e Boaventura (2011), ou sob qualquer outra ótica envolvida no processo industrial: operacional, social, econômica ou sustentável. O método aferido varia de acordo com os anseios e metas a curto, médio e longo prazo.

O Brasil é um país que apresenta um dos mais altos índices de empreendedorismo observados globalmente segundo estudo do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2014), de modo a, desde o início da década de 90 – quando do Plano Real – o país inseriu-se no contexto do comércio internacional, segundo Laplane e Sarti (2002) através dos investimentos privados, mesmo que uma diminuição do fluxo de capital estrangeiro tenha ocorrido no setor de serviços.

A despeito do decréscimo nos investimentos, a política de exportação das commodities, que foi vista com bons olhos pelos empresários e o governo Brasileiro, no início dos anos 2000 principalmente, agregou um valor à demanda do mercado por produtos brasileiros, o que, em suma, resultou na especialização da mão de obra nacional, que, ao longo dos anos, variou a força produtiva e, conseqüentemente, as considerações acerca de fortificar a demanda interna.

Tal desenvolvimento interno do mercado Brasileiro, somado às forças produtivas mais estruturadas, ocasionou, entre tantos benefícios, na produção, pelo próprio país, de alternativas à importação, processo este que era fomentado desde a industrialização massiva do Brasil nos anos 70, e, posteriormente, concretizado através da abertura econômica e privatizações do governo FHC pós 1994, permitindo uma maior incorporação do mercado brasileiro de recursos provenientes de empresas multinacionais. Todos os trâmites envolvidos nessa conjuntura econômica propiciaram o incentivo ao empreendedorismo no Brasil.

As empresas resultantes dos ideais empreendedores, em sua maioria pequenas e fundadas na contextualização moderna de confiança aos poucos funcionários – porém, com um potencial de crescimento enorme (SANTOS, 2008) – e tornaram-se, em um curto período de tempo referência no patamar tecnológico, ditas Empresas de Base-Tecnológica (EBT).

Com um perfil levemente diferenciado do acervo europeu de EBT, no Brasil a relação empresa-Universidade, no modelo “incubador” é adotado para fomentar o desenvolvimento estratégico para aumento do processo internacionalizador. Ao

destrinchar o cenário de mercado dessas empresas, encontra-se um padrão, tanto de número de funcionários, quanto fluxo de atuação no mercado.

2.3 Índice de Internacionalização de Micro e Pequenas Empresas no Brasil

A tecnologia que foi desenvolvida ao longo do século XXI e trouxe consigo aspectos de mudança no comportamento organizacional, seja externa ou internamente através das multinacionais que voltaram seu foco para expansão dos negócios em países outrora sem investimento estrangeiro.

Tratando-se das micro e pequenas empresas (MPE) no Brasil, o discernimento entre a inserção em novos mercados - que não domésticos - e a caracterização de uma atitude, muitas vezes precipitada, em busca de recursos que salvaguardem a instituição deve ser debatida internamente pelo corpo de gestores, haja visto tamanha importância destacada por Hamel e Prahalad (1995).

Não há um modelo ideal para as empresas Brasileiras no cenário atual, caracterizado pela agressividade do mercado – impulsionado pelas grandes empresas transnacionais atuantes no país – o que restringe a internacionalização das MPE brasileiras que, para ampliar a gama de mercado consumidor, tem que enfrentar muitas barreiras, tais quais a falta de investimentos e incentivos fiscais oriundos do governo brasileiro, ainda que Silva (2003) indique que comumente haja a internacionalização comercial, em detrimento da produtiva.

Desde a década de 1990, quando da onda de privatizações do governo FHC, fato este que proporcionou a vinda de inúmeras empresas transnacionais que se estabeleceram no país e até os dias atuais mantiveram-se, os trâmites envolvendo a relação governo-empresas multinacionais dificultam o aumento da participação das MPEs, tanto na atuação perante o mercado interno brasileiro, quanto na prospecção à atingir mercados estrangeiros, ilustrado pela pesquisa do Sebrae (2011).

Sendo assim, o interesse político na relação com as principais empresas multinacionais – organizadas nas cadeias produtivas globais – resume-se ao comprometimento em incentivar os pequenos empreendedores locais numa tentativa de, talvez, condicionar uma melhoria em diversos indicadores nacionais relacionados a esse fato, tais quais o Produto Interno Bruto (PIB) e renda individual, como forma de fomentar o desenvolvimento econômico da população, contribuindo para um cenário favorável à internacionalização das MPE. Inclusive, sob a ótica dos pequenos

empresários, a relação com as empresas de maior porte muitas vezes não vêm preparada de estratégias específicas para tratamento destas, o que dificulta o relacionamento mais concreto entre ambas (SEBRAE, 2011).

2.4 Empresas de Base Tecnológica

Empresas de Base tecnológica são definidas como organizações que baseiam suas atividades em inovação para o mercado, dedicam-se a pesquisa e desenvolvimento de produtos e serviços inovadores que são gerados a partir de conhecimento tecnológico (SEBRAE, 2001). Pode concentrar-se em universidades, a qual está diretamente ligada com instrumentos de pesquisa e inovação, a fim de gerar projetos/desenvolvimento aos próprios alunos.

Além do foco em universidades, existe também as voltadas a start ups – “empresa nova, até mesmo embrionária ou ainda em fase de constituição, que conta com projetos promissores, ligados à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras” (SEBRAE-MG, 2011) - surgem a partir de um processo criativo empreendedor, e possuem um plano de negócio agressivo de crescimento (Ferreira, 2015). Segundo a “OTA – Office of Technology Assesment – do congresso americano [...] com a definição de SEBRAE” (SEBRAE, 2001), MPE de base tecnológica são:

Micro e pequenas empresas de base tecnológica são empresas industriais com menos de 100 empregados, ou empresas de serviço com menos de 50 empregados, que estão comprometidas com o projeto, desenvolvimento e produção de novos produtos e/ou processos, caracterizando-se, ainda, pela aplicação sistemática de conhecimento técnico-científico. Estas empresas usam tecnologias inovadoras, têm uma alta proporção de gastos com P&D, empregam uma alta proporção de pessoal técnico científico e de engenharia e servem a mercados pequenos e específicos. (OTA – Office of Technology Assesment)

No caso do Brasil, as EBT podem desmitificar o sentido adotado de indústrias com alto valor tecnológico e investimento em P&D com grandes dificuldades, pouco investimento, falta de conhecimento e apoio à internacionalização. Um bom exemplo de empresas de base tecnológica prestes a se internacionalizar são as incubadoras presentes nos parques tecnológicos de interação Empresa-Universidade, porque oferecem amplo campo de P&D e inovação, além de possuir mercado e mão-de-obra competente para o desenvolvimento dessas empresas, com isso a grande

problematização enfrentada à internalização é por muitas vezes minimizada com essa interação.

Para melhor apresentar os dados sobre o desenvolvimento de empresas de Base Tecnológica no Brasil, o Sebrae (2001) desenvolveu uma pesquisa envolvendo o órgão mineiro e dois estudiosos sobre o caso, SEBRAE-MG e Bolliger et al. (1983), que estudam as empresas de base tecnológicas americanas e Torkomian (1992), que analisa o parque de alta Tecnologia de São Carlos, e como base comparativa foram considerados sete pontos: a origem da empresa, a motivação para sua criação, apoio, perfil da empresa e do empreendedor, pontos de dificuldade e de sucesso. Em ambas as empresas, tanto de base tecnológica como de setores tradicionais, possuem uma semelhança, a vontade de empreender e de buscar algo novo para desenvolver.

Para a criação de EBT pode-se levar em conta o know-how que o empreendedor já possui de sua carreira, para os estudantes, a universidade é a principal fonte de conhecimento e aprendizagem para se criar as empresas.

Para o desenvolvimento das empresas de base tecnológica elas utilizam muito mais que um financiamento, esses empreendedores buscam orientação empresarial, apoio em infraestrutura, espaço físico e apoio no conhecimento de mercado, buscando segmentos como o setor industrial, divergindo de empresas tradicionais que seguem para área de serviço e comércio, vide Tabela 3. (SEBRAE, 2001)

Além disso, percebe-se na tabela seguinte que grande parte das Empresas de Base Tecnológica se motiva na criação de sua empresa na identificação de um nicho de mercado, fato que não diverge completamente de empresas nos setores tradicionais que identificam uma oportunidade nesse mercado, aliado a sua experiência anterior e capital disponível. No caso da comparação com os EUA pode-se perceber que a internacionalização nesse país provém de uma empresa empregadora a qual é favorecido na oportunidade de mercado em um determinado projeto ou produto, que ao possuir a tecnologia suficiente para se produzir ou desenvolver seu serviço e/ou produto otimiza o tempo ganho, ao invés da criação e desenvolvimento de suas técnicas como no Brasil, esse tempo de desenvolver e aplicar a sua tecnologia poder fazer com que se perca mercado, pela falta de agilidade. (PINHO et al., 2005)

Comparando essa motivação no investimento para se criar uma empresa que se internacionalize, ou seja de Base Tecnológica, entre Brasil e o EUA pode-se perceber que no país norte-americano essa motivação é gerida muito mais pela oportunidade

de mercado para esse projeto ou produto, dependentes de tecnologias de “fundo de quintal” e da motivação do próprio empreendedor, sem grandes inovações, e em países desenvolvidos há um maior apoio e incentivo para criar uma empresa, ou estabelecer vínculos com uma empresa empregadora, além do maior desenvolvimento das chamadas “fundo de quintal, podemos perceber que nos EUA há um histórico de grandes empresas que começaram nesse tipo de negócio como: Microsoft, Facebook, entre outras. (BOLLINGER et alli, 1983) Nos EUA, segundo Bollinger et alli (1983), a origem da tecnologia provém do último trabalho empregado, o conhecimento é passado e disseminado de modo que sempre gera mais desenvolvimento e mais tecnologia.

Tabela 3 – Motivação para a criação da empresa

Empresas de Base Tecnológica - Brasil (Torkomian; 1992)	Empresas de Setores Tradicionais (SEBRAE-MG; 1997)	Empresas de Base Tecnológica - EUA (Bollinger <i>et alli</i>; 1983)
<ul style="list-style-type: none"> • 60,0% - identificação de um nicho mercadológico • 23,3% - desejo de ter um negócio próprio • 16,7% - possibilidade de aumento dos ganhos 	<ul style="list-style-type: none"> • 58,0% - identificação de uma oportunidade • 23,2% - tinha experiência anterior • 13,9% - estava insatisfeito no seu emprego • 13,4% - tinha capital disponível 	<ul style="list-style-type: none"> • oportunidade no mercado para um determinado projeto ou produto.

Nota: Para os dados de SEBRAE-MG (1997) utilizaram-se apenas os dados das empresas consideradas bem sucedidas, ou seja, a porcentagem apresentada refere-se ao número de empresas que sobreviveram.

(Fonte: SEBRAE-SP, 2001)

Percebe-se que as EBT são empresas cujo mercado é o lançamento de novos serviços e produtos, nas quais focam em estratégias de inovação para esse mercado que ainda é regado de incertezas, mas que traz muito desenvolvimento, potencial de crescimento e sucesso no aprimoramento de novas tecnologias. (Machado et. Al., 1996).

Além disso, percebe-se a ligação com o fenômeno do surgimento de empresas pequenas com grande valor potencial agregado, muitas vezes devido ao cunho

tecnológico-exportador as quais, recém-criadas, já apresentam participações em outros mercados: as chamadas “Born globals.” (Utterback & Suarez, 1990)

2.5 Born Globals

O termo Born Global segundo Dib (2008) e Rasmussen e Madsen (2002) surgiu de um estudo sobre empresas australianas, as quais foram percebidas que elas não enfrentavam o processo lento e burocrático para se internacionalizarem, mas que desde sua fundação já apresentavam traços de internacionalização (globais), ou uma precoce entrada nesse mercado.

As born globals tem características de, simultaneamente à atuação no mercado interno, iniciar negócios internacionalmente – mesmo que com pouco tempo ou nenhuma experiência anterior, vide Fernhaber, Gilbert e McDougall (2008); Knight & Kim (2009).

Porém, as empresas Born Globals, tanto em território australiano quanto em uma escala mundial, tornaram pouco eficiente e competitivo o mercado dos que adotam a internacionalização gradual, criando um ambiente de seleção do mercado consumidor – Eis a visão global das cadeias produtivas. (RENNIE, 1993)

O Brasil ainda é um país muito fechado economicamente, tendo apenas 19 acordos bilaterais, sendo desses 10 derivados do MERCOSUL, com isso o país não possui uma grande restrição na abertura territorial para troca de mercadorias com melhores condições como é feita em muitos países, o que faz com que o Brasil não se desenvolva.

Esse fenômeno é relativamente novo, datado em meados dos anos 90, com estudos recentes, foi percebido através de empresas que rapidamente traçaram esse perfil de internacionalização. Com mudanças no mercado como disseminação da internet ampliando o network, o aumento de trocas comerciais, abertura comercial que facilitaram acordos internacionais, o conhecimento da demanda de outros países, fator que influenciou diretamente no desenvolvimento de inovações e tecnologias serviram para aproximar pessoas e negócios que antes não seriam possíveis, através desse desenvolvimento em temas como inovação e comunicação. (FREEMAN; EDWARDS; SCHRADER, 2006)

O conceito de inovação e globalização integraram de tal forma a cadeia produtiva das empresas, principalmente as de base tecnológica que houve uma

descentralização, seja das plantas produtivas ou ainda do capital investido, de modo a tornar viável a criação de potências tecnológicas em países outrora pouco participativos no PIB mundial.

O fenômeno Born Globals desmistifica o conceito de internacionalização até então praticado globalmente e, além disso, nos países emergentes ajudam a configurar os parques tecnológico e a competitividade, sendo um impulso para que novas empresas entrem nesse ramo e busquem o seu desenvolvimento (Dib, 2008), no caso de países como o Brasil elas estão diretamente relacionadas à economia, pois, segundo Porter (1998), estimula a internacionalização de empresa em busca de ambientes competitivos, clusters tecnológicos e redes empresariais de negócios. (PORTER, 1990; PORTER, 1998; ETZKOWITZ, PIQUE; SOLÉ, 2006).

Acredita-se que o crescimento da Born Global esteja positivamente associado a grandes habilidades inovadoras (MADSEN; SERVAIS, 1997) devido ao fato de serem empresas nascidas ou se inserirem muito cedo em atividades no mercado internacional, em torno de dois anos depois de fundada (alguns estudos datam de dois a quinze anos após o nascimento da empresa). Esse fato ocorre pelo fato das empresas trabalharem de forma interligada, com o conceito de network view (SHARMA & BLOMSTERMO, 2003), estabelecendo uma rede que compartilha experiências e conhecimentos tácitos sobre os mercados a serem inseridos globalmente, facilitando a entrada das empresas (MAJKGARD & SHARMA, 1998; BELL, 1995), devido a troca de informações, principalmente relacionadas a eletrônicos e tecnologias novas, mas presente também em vários outros âmbitos de serviços.

O processo de internacionalização não é determinado ou seguido por uma teoria no campo de negócios, elas não são a explicação para o processo de internacionalização, bem como networks. Estudos também mostram que as born globals são empresas com perfis muito competitivas e com grande potencial de crescimento, diferentes de empresas de mercado doméstico, elas se mostram fontes geradoras de inovação.

A inovação é a fonte de recursos para as Born Globals, que nascem para se internacionalizar, são determinantes para empresas que vendem produtos que incorporam tecnologias inovadoras, pois oferecem um produto e/ou serviço diferenciado, e com a abertura de mercado e grande número de concorrentes é

importante se ter um processo ou serviço de diferenciação que só é possível através da inovação. (RIALP, A; RIALP, J; KNIGHT, G, 2002)

Segundo a pesquisa de Dib (2008) existe quatro fatores que afetam o processo de internacionalização das Born Globals como os fatores ambientais de cada país, os específicos de cada Indústria, da Empresa e do próprio Empreendedor, pode-se analisar melhor pela Tabela 4:

Tabela 4 – Fatores que afetam o processo de internacionalização Born Global

Tendências Globais	Fatores Ambientais do País	Fatores específicos da Indústria	Fatores específicos da Empresa	Fatores individuais do Empreendedor
Homogeneização dos mercados globais	Políticas governamentais de incentivo à internacionalização	Existência de cadeias de suprimentos globais	Posse de ativos únicos	Experiência de trabalho no exterior
Avanços nos transportes e comunicação	Mercado doméstico saturado	Mercados de nicho globais	Inserção numa network	Educação no exterior
Capacitações pessoais mais elaboradas	Mercado doméstico restrito no espaço	Características industriais	Produtos inovadores	Conhecimento Técnico

Fonte: Adaptado de Dib (2008).

Alguns países possuem incentivos à internacionalização, ajudando na economia de seu país, na valorização de seu produto e empresa, o Brasil ainda possui alguma dificuldade nesse processo, possuindo algumas restrições e poucas empresas born globals, como a Griaule Biometrics, na região de Campinas-SP, grande parte dessa dificuldade provém da falta de acordos internacionais facilitadores para o comércio internacional.

Além disso, alguns fatores que ajudam no processo de internacionalização dessas Born Globals são o mercado local saturado. Ao entrar com o produto novo ou que traga inovação a esses países, o mercado torna-se abrangente e o nicho de mercado existente para esse serviço continua não sendo explorado, mas para esse desenvolvimento internacional o empreendedor precisa ter alguma experiência no exterior, conhecer as leis e características do país que pretende inserir sua empresa, possuir um conhecimento técnico para não ser um projeto falho e network. (RASMUSSEN e MADSEN, 2002)

Com isso percebe-se que para conseguir atingir mercado internacional é preciso mais que um produto inovador, mas ter um conhecimento de mercado, do mercado a

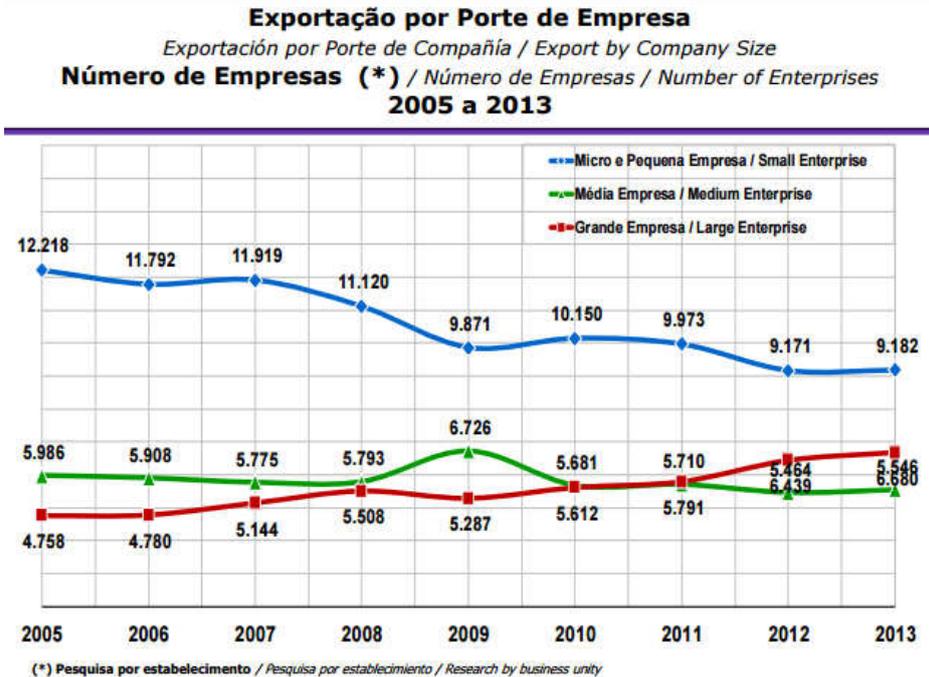
ser inserido, na geografia a ser trabalhada e de mão de obra, além de incentivos fiscais que são atrativos para novos empreendimentos.

Como toda empresa, as EBG apresentam características próprias como: grande capacidade de inovação, posse de seus ativos como um conhecimento a fundo do mercado e de seus produtos, tendo conhecimento técnico e/ou científico, por serem especializadas em um foco ou nicho de mercado. Usam a inovação e estratégia voltada ao consumidor como uma vantagem competitiva, além de networks e parcerias. Juntamente com o empreendedor a EBG possui uma visão voltada ao mundo, internacionalizada, com base em educação no exterior ou experiência fora, possui conhecimento de mercado e de riscos e um amplo relacionamento profissional e pessoal.

Muitos autores como Madsen, Servais (1997) relacionam as empresas Born Globals com a inovação, acredita-se que o crescimento da Born Global esteja positivamente associado a grandes habilidades inovadoras, e é destacado que por mais que capital/ investimentos sejam escassos para esse tipo de negócios, são investidos muito em inovação e desenvolvimento do conhecimento, trazendo como consequência a inserção precoce no mercado internacional, a partir de sua criação a até cinco anos de existência.

Porém, mesmo com a criação das empresas de base tecnológica, os campos de inovação e investimento em P&D, a parceria entre centros acadêmicos conceituados e empresas privadas, a realidade brasileira não contempla, em valor real (US\$) exportado, a importância quantitativa das organizações de pequeno porte em seu território. O gráfico 1 expressa a quantidade exata de empresas brasileiras que possuem atividades com o mercado internacional.

Gráfico 1 – Exportação por porte de empresa

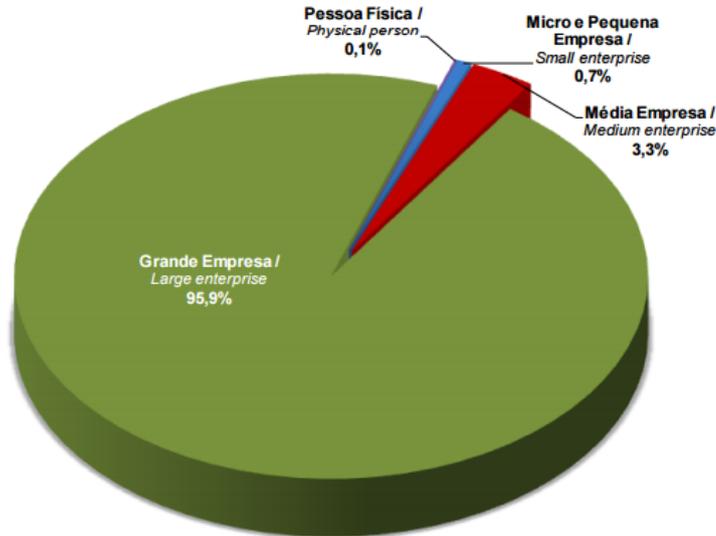


Fonte: MDIC – Balança Comercial Brasileira, 2014 (Dados Consolidados)

Mesmo a despeito da recente tendência pós crise de 2008, onde os mercados tornaram-se mais enxutos e o crescimento das empresas multinacionais deu-se por meio de transações de compra tais quais fusões e aquisições, há ainda um número maior de MPE atuando em território nacional. O gráfico 2 deixa explícito a fatia de mercado representada pela participação em valor (US\$) das pequenas e média empresas, com o agravante ainda menor dos exportadores “Pessoa Física”, em transações que não superam 0,1% (Montante relativo as micro e pequenas empresas) do total transacionado com o mercado internacional.

Gráfico 2 – Exportação por porte de empresa

Exportação por Porte de Empresa
Exportaciones por Porte de Companhia / Exports by Company Size
Participação % sobre o valor de 2013
Participación % Sobre Valor de 2013 / % Share by Value of 2013



Fonte: MDIC – Balança Comercial Brasileira, 2014 (Dados Consolidados)

A realidade é ainda mais sentida atualmente pois, quando analisados os critérios inerentes ao esforço da internacionalização, segundo Alem e Cavalcanti (2005), há a necessidade de expansão dos negócios à partir de dois cenários principais:

- a) Atendimento ao mercado internacional (Exportação);
- b) Investimento Estrangeiro Direto (IDE) através da representatividade comercial e estabelecimento de unidades produtivas em outros mercados.

Em ambos os casos é mostrado que os fatores restritivos ao mercado das MPE por não se enquadrarem nos modelos de internacionalização convencionados por Machado e Carvalho (2011), focando apenas em segmentos específicos como exportação, investimento estrangeiro direto e algumas atividades de mercados, apenas servem para restringir ainda mais um mercado que possui grande barreira. Sendo assim, os dados de representatividade valorosa do mercado exportador de pequenos empresários permanecem decrescentes.

2.6 Barreiras à internacionalização de MPE no Brasil

A maneira como as pequenas empresas brasileiras adotam o processo de internacionalização é caracterizado pelas dificuldades e entraves - termo utilizado pelo

MDIC (2009) no relatório de “Internacionalização de Empresas Brasileiras” – que limitam o valor (US\$) dos produtos e serviços exportados por elas.

Diversos autores, entre eles Feldman e Audretsch (1999) e Etemad (2004), concordam com os principais fatores causadores do cenário de fracasso das internacionalizações para as empresas de menor porte, sugerindo que, dentre tantos aspectos políticos, financeiros e socioculturais, destacam-se dois: As barreiras impostas pela escassez de recursos financeiros e a limitação dos créditos disponíveis para que a internacionalização seja efetivada.

O destaque nos dois tópicos deve ser analisado tendo em vista o cenário atual brasileiro, que permite classificar o país como um dos mais afetados mundialmente pela retenção de investimentos, principalmente estrangeiro. Sendo assim, a economia tende a, em um movimento natural de regularização do mercado, tornar menos competitivas as empresas de menor porte. Esse fator, quando analisado internamente na empresa, é acompanhado da diminuição nos investimentos, retraindo o impulso da força norteadora dos investimentos, classificada por Etemad (2004) como forças que tendem ao equilíbrio entre os aspectos impulsionadores e as limitações impostas pelo mercado ao processo de internacionalização.

Quanto maior o grau de investimento em internacionalização, maior tende a ser a demanda por recursos financeiros e humanos alocados para esse processo (HONORIO e RODRIGUES, 2006), ainda que o processo de planejamento e estratégia seja fator preponderante diante das decisões a serem tomadas, mas podendo limitar ainda mais o processo de internacionalização de uma micro empresa que possui recursos humanos reduzidos, criando-se a necessidade de realocar recursos, o que pode deixar outras áreas paradas ou em defasagem.

Os recursos financeiros são preponderantes na decisão de internacionalizar conforme experiência relatada por Johanson e Wiedersheim (1975), e, à medida que a velocidade de internacionalização torna-se exponencial devido ao processo globalizador, também requer uma adaptação às condições das empresas, haja visto que o modelo Uppsaliano utilizado pelas empresas nórdicas na década de 50 tornou-se obsoleto e ineficiente para as MPE brasileiras, tanto em relação às mudanças na economia desde então, quanto em relação aos diferentes processos produtivos e demandas, segundo Juchnievsk e Soares (2013), que indicam a criação de uma rede de relacionamentos como a evolução “natural” do modelo nórdico.

Os custos envolvidos não são apenas condizentes com a expansão da planta produtiva ou fatores estruturais tal qual a logística da operação, mas, exige que as empresas, em geral, tenham uma visão gerencial ampliada, possibilitando acessar mercados carentes de determinados produtos, com nichos específicos, mas, principalmente, adotar uma visão baseada no conhecimento de negócio (Knowledge based view), essencialmente necessário para adquirir sucesso na empreitada internacional – fato que pode ser adotado pelas MPE brasileiras como cases de sucesso -, segundo Bede, Moreiras & Schmidt (2013).

A disponibilidade de capital retoma outro fator essencial – e escasso no cenário brasileiro – para a inicialização da internacionalização: Crédito financiador das operações.

No Brasil, segundo dados do Unctad (2010) 50,1% dos recursos destinados ao financiamento das internacionalização de MPE brasileiras provém das próprias companhias, seguidos de dívida no exterior (23,8%), crédito do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) (14%) e bancos internacionais (12%). O BNDES, instituição fomentadora dos processos de internacionalização e ganho de mercado internacional brasileiro, não dispõem de autonomia legislativa e financeira para a estruturação necessária e suporte aos empreendedores brasileiros, dificultando uma alternativa ao cenário atual.

Com a falta de incentivo do Governo brasileiro e de entidades que possuem o papel de financiador ou estimulador, as micro empresas brasileiras perdem mais uma vez competitividade e mercado internacional (CARDOSO e BASILIO, 2006). Para que esse modelo seja revertido, faz-se necessário, entre diversas ações políticas e econômico-sociais, que o Brasil invista em marketing no exterior, exaltando o potencial do país e estimulando investidores à entrar no mercado Brasileiro, além de possuir um relevante grau de confiança em investimentos e financiamentos a fim de trazer estabilidade financeira e especulativa.

A estratégia adotada pelas empresas pequenas, a qual foi rechaçada por Knickerbocker (1973) já nos anos 70 devido aos fracos rendimentos e limitações estruturais, de tentar internacionalizar sua cadeia produtiva é resultado de uma análise de cases envolvendo empresas de maior porte. Fato este devido aos diferentes aspectos nos cenários do porte das empresas envolvidas, complementado pelo pensamento de Feldman e Audretsch (1999) sobre as falhas organizações das empresas na tentativa de adquirir vantagem competitiva no mercado estrangeiro.

Além da dificuldade em obter recursos financeiros e crédito para investir, as MPE brasileiras também sofrem de déficit em outra condição necessária segundo Etemad (2004): “A falta de um arcabouço teórico específico sobre o processo de internacionalização.”

A dificuldade encontrada nesse quesito diz respeito a uma entidade privada que atua de maneira paralela à regulamentação das políticas públicas brasileiras destinadas ao empreendedorismo – SEBRAE.

O déficit de conhecimento dos empresários e a falta apoio à internacionalização amplia as barreiras (PROZCZINSKI e STEINBRUCH, 2014) e cria uma grande lacuna comparado à outros países como Estados Unidos e Reino Unido – que são tidos como referência no mercado de internacionalização em geral -, com o fato de serem estudadas principalmente multinacionais ou empresas de grande porte, as pequenas empresas sofrem com a falta de informação para investir no mercado internacional. Internacionalizar impacta positivamente o desempenho da empresa tanto na área competitiva e econômica, entre outras, por isso oferecer cursos, dados e recursos para desenvolver o conhecimento é um dos principais fatores para se estimular a internacionalização.

Portanto, a importância em valor representada pelas MPE brasileiras é restrita devido aos fatores econômicos e estruturais, os quais limitam a inserção destas instituições nas cadeias globais de valor e não permitem, em termos técnicos, com que haja uma maior inserção no comércio internacional.

CAPÍTULO III – RESULTADOS

Por fim, vale salientar que a melhor maneira de agregar valor no processo de internacionalização é, primeiramente, permitir às MPE que tenham maior poder de manutenção no mercado e possam participar do processo de criação de valor da cadeia de suprimentos Brasileira, de modo a expandir a economia e contrariar as tendências atuais de retração do mercado brasileiro.

Mediante barreiras a internacionalização citadas, os impactos são listados conforme tabela 5:

Tabela 5 – Principais barreiras a internacionalização de MPE brasileiras

	Número de funcionários	Representatividade (%) no comércio internacional do Brasil	Principais barreiras à Internacionalização		
			Escassez de recursos financeiros	Má gestão administrativa	Falta de apoio governamental
PME brasileiras	1 a 99	0,7	Apenas 40% das MPE tem acesso a crédito financiador*	Ineficiência do processo de gestão/Utilização de modelos provenientes de grandes empresas	Necessário criação de maiores instituições de apoio às micro e pequenas empresas - e capacitação de profissionais
Empresas de base tecnológica	1 a 99	30*	Parceria com incubadoras tecnológicas depende dos recursos provenientes das agências de fomento e outras instituições	"Taxa de mortalidade" chega a 90%*	Maior respaldo do governo através de capital de risco, mas carece de uma melhor estruturação junto às incubadoras
Born Globals	1 a 99	18**	Utilização de recursos intangíveis - principalmente a inovação - para alcançar o sucesso financeiro	Necessário conhecimento prévio do mercado estrangeiro para entrada potencial desde o início da empresa	Usufruem de incentivos governamentais (Fiscais, Políticos, etc) por conta do cunho tecnológico e potencial econômico
		*Dados aproximados (De Negri et al, 2005)	*Dados do CEPAL (ONU, 2015)	*Empresas que declaram falência com menos de dois anos (SEBRAE-SC, 2001)	
		**Dados aproximados (Datamonitor, 2008)			

Fonte: Elaboração Própria

Conforme observado na Tabela 5 há alguns fatores que diferenciam as decisões tomadas nas diferentes dimensões das MPE brasileiras.

Sendo relacionados os principais fatores limitadores ao processo de internacionalização, há o destaque para a diferenciação de acesso ao crédito financiador disponibilizado para as pequenas empresas (40%) das de grande porte (70%), segundo dados da CEPAL (2005).

Além disso, há ainda uma maior participação do Governo nas ações referentes as empresas de base tecnológica, assim como as Born Globals (ZEN e HAUSEN, 2005) – que, em sua maioria apresentam origens voltadas ao setor de alta tecnologia – em detrimento das demais empresas de pequeno porte.

Em suma, apesar do Estado apresentar um nível maior de apoio frente às indústrias de alta tecnologia, a fim de melhorar sua performance exportadora através do fomento aos agentes que o fazem, há ainda um déficit de recursos disponíveis, acarretando, por exemplo, em uma taxa de mortalidade de 90% para as MPE de base tecnológica, segundo dados do SEBRAE-SC (2001). Para contornar essa realidade uma alternativa viável é utilizar da metodologia network para captação de recursos provenientes de agentes fomentadores e outras instituições através do bom relacionamento na rede de negócios existente.

A alternativa criada pela visão baseada no network – pautada no relacionamento com outras empresas de maior porte e realização de joint-ventures -, incrementando know-how aos empreendedores de pequeno porte com a troca de experiências nas redes de relacionamento e benchmarking com outras instituições, e atuando de forma concisa entre os diversos segmentos econômicos, além de um apoio do Governo com investimento em conhecimento para que as MPE possam criar bagagem, com alianças e acordos internacionais, o que possibilita resumir todos os aspectos necessários para que as barreiras à internacionalização possam ser ultrapassadas e o crescimento marginal possibilite um aumento no valor exportado pelas MPE brasileiras.

As MPE brasileiras representam a maior parte do portfólio nacional industrial no âmbito do comércio internacional, com mais de 11.525 empresas segundo dados do SEBRAE (2014). Porém, quando a análise é feita em termos de valores exportados a

realidade é diferente: representa apenas 4,1% do total exportado pelo Brasil (MDIC, 2014).

Os fatores que ocasionam a manutenção dessa realidade negativa são explicados pela falta de uma organização, não apenas interna das empresas, mas em termos macroeconômicos governamentais, envolvendo a aplicação de incentivos fiscais, regulamentação fiscal, e política de acessibilidade ao crédito que permitam uma maior autonomia dos empreendedores. Para que essas ações sejam implementadas faz-se necessária uma reforma político-econômica que contemple os anseios de crescimento dos empresários e a necessidade de estabilizar a situação econômica do governo brasileiro.

Os estudos das políticas praticadas no mercado industrial brasileiro relacionados as empresas de pequeno porte foram enfáticos quanto a necessidade de convergir expectativas e metas entre os agentes envolvidos nas operações de internacionalização. A cadeia produtiva é extensa e, quando fragmentada e suportada por órgãos governamentais em busca de práticas que fomentem a criação de ferramentas impulsionadoras da atuação no comércio internacional e, conseqüentemente, a evolução do PIB.

Vale ressaltar que as análises feitas não focam em um setor específico ou a situação em uma determinada linha de produtos, mas em âmbito geral o destaque positivo e negativo do setor econômico brasileiro para MPE, apesar da ressalva feita ao setor de cunho tecnológico e a parceria público-privada das incubadoras.

Não houve pesquisa de campo e entrevistas diretas com determinada amostragem para identificar os pontos analisados. Todo e qualquer dado apresentado nessa pesquisa teve referência pautada em outros autores e estudos realizados, prioritariamente nas últimas duas décadas – não limitando-se a esta faixa de tempo.

CAPÍTULO IV – CONCLUSÕES E SUGESTÕES

Para abordagens futuras é necessária a utilização de dados coletados concomitantemente a análise a ser realizada, para caráter de atualização constante do cenário referente às micro e pequenas empresas.

Além de pesquisa de campo, survey com diversas empresas e focando em determinadas áreas, para que a análise possa ser completa e comparativa e não enviesada para um determinado setor, ou limitada a um número de empresas.

Há ainda que destacar a limitação encontrada no estudo das MPE dos países em desenvolvimento devido aos poucos estudos específicos sobre as instituições Brasileiras nos últimos 3 anos. A massificação da importância das grandes empresas para o cenário econômico internacional, ainda mais presente nas Cadeias Globais de Valor (CGV), restringe o olhar crítico à importância dos pequenos empresários para a distribuição de rendas e dinamização da economia internacional, dando a falsa impressão de que a representatividade das pequenas empresas ocorre apenas internamente nos países, principalmente os em desenvolvimento – tal qual o Brasil.

O Brasil, especificamente, necessita de um conceito melhor de organização e centralização de burocracias, ainda que o MDIC tenha esse papel carece de melhorias, das políticas econômicas que planeje uma maneira de integrar as cadeias produtivas de modo que o pequeno empresário tenha facilidades para desempenhar um papel na economia, que hoje é secundário, e não apenas dependa da relação com as grandes empresas que expandem gradativamente desde os anos 2000.

5. REFERÊNCIAS

AZEVEDO, J. G.; LEONE, R. J. G. **As práticas de gestão financeira em micro e pequenas empresas: um estudo descritivo em indústrias de castanha de caju do estado do Rio Grande do Norte.** Natal: Revista Ciências Administrativas, v17, n1, 2010.

BEDE, M. A.; MOREIRA, R. F. C.; SCHMIDT, F. H. **Exportações de Micro e Pequenas Empresas Brasileiras: desafios e oportunidades.** IPEA, Radar 25, cap. 5, Jul/2007.

BOLLINGER, L. et alli. **A review of literature and hypotheses on new technology-based firms.** Research Policy, v.12, p.1-14, 1983.

CARDOSO, F. M.; BASILIO, M. G. S. **Entraves à exportação brasileira: barreiras que as empresas enfrentam para realizar as exportações no Brasil.** Estação Científica, n. 03, Juiz de Fora, Out. 2006.

CHESNAIS, François. **A Mundialização do Capital.** São Paulo: Xamã, 1996.

CARNEIRO, J; DIB, L. A. **Avaliação comparativa do escopo descritivo e explanatório dos principais modelos de internacionalização de empresas.** INTERNEXT - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 1-25, jan./jun. 2007.

DATAMONITOR. **Software in Brazil – industry profile.** New York, 2008.

DE NEGRI, J. A.; SALERNO, M. S.; CASTRO, A. B. **Inovações, padrões tecnológicos e desempenho das firmas industriais brasileiras.** In: DE NEGRI, J. A.; SALERNO, M. S. (Org.). Inovações, padrões tecnológicos e desempenho das firmas industriais brasileiras. Brasília: IPEA, 716 p., 2005.

DIB, L. A. R. (2008). **O Processo de internacionalização de pequenas e médias empresas e o fenômeno Born Global: estudo do setor de software no Brasil.** Tese de Doutorado em Administração – Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

DUNNING, J.H., **Explaining International Production.** London: Unwin Hyman, 1988.

DUNNING, J. H. **Multinational enterprises and the global economy.** Wokingham, Berkshire: Addison Wesley, 1993.

ESTUDO ECONÔMICO DA AMÉRICA LATINA E DO CARIBE: **Desafios para impulsionar o ciclo de investimento com vistas a reativar o crescimento –** CEPAL (ONU). Disponível em: <http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38716/1500455_pt.pdf?sequence=1>. Acessado em: 22 out. 2015.

ETEMAD, H. **Internationalization of small and medium-sized enterprises: a grounded theoretical framework and an overview.** Canadian Journal of Administrative Sciences, 21/1, p.1-21. 2004

ETZKOWITZ, H.; SOLE, F.; PIQUE, J. M. **The Creation of Born Global Companies within the Science Cities: An approach from Triple Helix.** ENGEVISTA, v. 9, n. 2, p. 149-164, 2006.

FELDMAN, M. P.; AUDRETSCH, D. B. **Innovation in Cities: Science-based Diversity, Specialization, and Localized Competition.** European Economic Review, 43(2): 409-429, 1999.

FERNANDES, B. H. R; SEIFERT, R. E. J. **Tipologia de novos empreendimentos globais.** In A. C. C. Fleury & M. T. L. Fleury (Orgs.), Internacionalização e os países emergentes (pp. 53-73). São Paulo: Atlas. 2007

FERNHABER, S. A., GILBERT, B. A., & MCDUGALL, P. P. **International entrepreneurship and geographic location: an empirical examination of new venture internationalization.** Journal of International Business Studies, 39(2), 267-290, 2008

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios.** Revisão final de tradução Prof^o Fernando Dolabela da UEMG – Revista de Administração, São Paulo v.34, n2, p.05-25, abril/junho 1999.

FREEMAN, S.; EDWARDS, R.; SCHRADER, B. **How smaller Born-Global firms use networks and alliances to overcome constraints to rapid internationalization.** Journal of International Marketing, Chicago, v. 14, n. 3, p. 33-63, Sept. 2006.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **2014 Report.** Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/report>>. Acessado em 08 Dez. 2015.

HAMEL, G; PRAHALAD, C.K. **Competindo pelo futuro: estratégias inovadoras para obter o controle do setor e criar os mercados do amanhã.** Rio de Janeiro: Elsevier, 1995.

HILAL, A; HEMAIS, C.A. **O processo de internacionalização na ótica da escola nórdica: evidências empíricas em empresas brasileiras.** Revista de administração contemporânea, vol.7, no.1, Curitiba, Jan./Mar. 2003

HONORIO, L. C; RODRIGUES, S. B. **A internacionalização sob o foco de múltiplas perspectivas: um survey com empresas brasileiras de manufaturados.** ANPAD, Salvador, Set. 2006. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-esob-1084.pdf>>. Acessado em: 9 Dez. 2015.

INTERNACIONALIZAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: **Casos sobre internacionalização de empresas**. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/2F921CFAEA18DDA28325754600752E00/\\$File/NT0003DBE2.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/2F921CFAEA18DDA28325754600752E00/$File/NT0003DBE2.pdf)>. Acessado em: 3 mai. 2015.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. **The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing market commitment**. Journal of International Business Studies, v. 8, p. 23-32, 1977.

JOHANSON, J; VAHLNE, J. **The mechanism of internationalization**. International Marketing Review, 7(4): 11–24, 1990.

JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-P. F. **The Internalization of the firm – Four Swedish Cases**. Journal of Management Studies. Volume 12, Issue 3, pages 305–323, Oct. 1975.

JUCHNIEVSK, L. C; SOARES. I. T. **Consórcio de exportação como alternativa de internacionalização para pequenas empresas**. Revista de Administração, v. 11, n. 20, p. 70-84, Dez. 2013

KEOHANE, R. O; OOMS, Van D. **A empresa multinacional e a política econômica mundial**. Rio de Janeiro: Revista de Administração Pública, Abril/Junho 1975

KNICKERBOCKER, F. T.; **Oligopolistic reaction and multinational enterprise**. The International Executive. Volume 15, Issue 2, pages 7–9, Spring, 1973

KNIGHT, G. A.; & KIM, D. **International business competence and the contemporary firm**. Journal of International Business Studies, 40(2), 255-273, 2009.

KRAUS, P. G. **O processo de internacionalização das empresas: o caso brasileiro**. Revista de Negócios. Blumenau: FURB, v. 11, n. 2, 2006.

LAPLANE, M. F.; SARTI, F. **O Investimento Direto Estrangeiro e a internacionalização da economia brasileira nos anos 1990**. Economia e Sociedade, Campinas, v. 11, n. 1 (18), p. 63-94, jan./jun. 2002.

LEITE, Y. V. P; PRIMO, M. A. M. **Cadeias globais: uma contribuição da RBV no processo de internacionalização**. Produto & Produção, v. 15, n. 1, p.10-21, 2014.

MACHADO, S.M.; PIZYSIEZNIG FILHO, J. **Dinâmica da tecnologia de copiadoras**. In: SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, 19, São Paulo, 1996. Anais. São Paulo: USP/PGT/FIA/PACTO, v.2, p.1237-55, 1996.

MADSEN, T.; SERVAIS, P. **The Internationalization of Born Globals: an evolutionary process?** International Business Review. 6/6: 561-583, 1997

MAJKGARD, A., & SHARMA, D. D. **Client-following and market-seeking strategies in the internationalization of service firms.** *Journal of Business-to-Business Marketing*, 4(3), 1–41, 1998.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E DO COMÉRCIO EXTERIOR (MDIC). **Balança Comercial Brasileira – Dados Consolidados 2014.** Disponível em: < http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1423144482.pdf>. Acessado em: 22 abr. 2015.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E DO COMÉRCIO EXTERIOR (MDIC). **Internacionalização de empresas Brasileiras.** 2009. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1260377495.pdf>. Acessado em 7 Dez. 2015.

OTA – Office of Technology Assessment. Disponível em: <<http://ota.fas.org/>>. Acessado em 14 Setembro de 2015.

PINHO, M. et al. **Empresas de base tecnológica.** São Carlos: Universidade Federal de São Carlos. FUNDUNESP/FINEP/DPP, Relatório de Pesquisa, 2005.

PORTER, M. E. **Competitive advantage: creating and sustaining superior performance.** New York: The Free Press, 1990.

PROZCZINSKI, D; STEINBRUCH, A. M. **Os obstáculos à internacionalização de empresas inovadoras e o papel dos ambientes de inovação no Brasil.** Belém, XXIV Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas, 2014. Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br/Relata/ArtigosCompleto/ID%2036.pdf>>. Acessado em: 8 Dez. 2015.

RASMUSSEN, E.; MADSEN, T. **The Born global concept.** Proceedings of the 28th EIBA Annual Conference. Athens, Greece: European International Business Academy, 2002.

RENNIE, M. W. **Born Global.** *McKinsey Quarterly*, no. 4, p. 45, 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 exhaustive scientific inquiry?** Proceedings of the 28th EIBA Annual Conference. Athens, Greece: European International Business Academy, 2002.

RIBEIRO, F. F; JR OLIVEIRA, M. M; BORINI, F. M. **Internacionalização acelerada de empresas de base tecnológica: o caso das Born Globals brasileiras.** *Curitiba: Rev. adm. contemp.* vol.16, no.6, Nov./Dec. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552012000600007&script=sci_arttext>. Acessado em: 5 mai. 2015.

SANTOS, I. K. **Pequenas e Médias Empresas: potencial exportador e papel na economia.** São Paulo: [s/e], 2008.

SHARMA, D. D; BLOMSTERMO, A. **The internalization process of Born Globals: a network view**. Department of Marketing, Distribution and Industry Dynamics, Stockholm School of Economics. *International Business Review* 12 (2003) 739–753 P.O. Box 6501, S-113 83 Stockholm, Sweden

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Casos sobre internacionalização de empresas**. Rio de Janeiro: Núcleo de Pesquisa em Internacionalização de Empresas (NuPIIn) do Instituto Coppead de Administração da UFRJ para Funcex/Sebrae, 2006.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Participação das micro e pequenas empresas na economia Brasileira**. Brasília, 2014. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/Participacao%20das%20micro%20e%20pequenas%20empresas.pdf>>. Acessado em 9 Dez. 2015.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **MPEs de Base Tecnológica: conceituação, formas de financiamento e análise de casos brasileiros**. São Paulo, Jul. 2001.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **A relação das MPEs brasileiras com as médias e grandes empresas**. 2011. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/EstudosPesquisas/estudos_tematicos/relacao_mpes_com_mges_br11.pdf>. Acesso em: 6 Dez. 2015.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Crítérios e conceitos para classificação de empresas**. 2010. Disponível em: <www.sebrae.com.br>. Acesso em 12 setembro 2015.

SEBRAE-SC – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SANTA CATARINA. **Apresenta informações destinadas a atividades empreendedoras**. Disponível em: <www.sebrae-sc.com.br>. Acesso em: 22 Set. 2015.

SHARMA, D. D; BLOMSTERMO, A. **The internalization process of Born Globals: a network view**. Department of Marketing, Distribution and Industry Dynamics. Stockholm School of Economics. *International Business Review* 12 (2003) 739–753 P.O. Box 6501, S-113 83 Stockholm, Sweden.

SILVA, P. P. M.; BOAVENTURA, J. M. G. **Estratégia de internacionalização de firmas brasileiras e desempenho financeiro**. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, v. 10, n. 3, p. 4-21, 2011

SILVA, M. L. da. **A Inserção internacional das grandes empresas nacionais**. São Paulo: Editora Unesp, 2003.

SILVA, D.R.M. **Internacionalização Born Global: perspectivas para um novo modelo de desenvolvimento das empresas nacionais** - Observatório da Inovação

e Competitividade – USP - Área temática: 5 - Ciências Sociais e Desenvolvimento, 2011.

SIMONETTI, E. Economia - **Pequenas, mas poderosas**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – Desafios do desenvolvimento. São Paulo, Ano 4, edição 31, fev. 2007. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&view=article&id=1140:catid=28&Itemid=23>. Acessado em: 05 dez. 2015.

TEORIA SOBRE INTERNACIONALIZAÇÃO. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/teorias-sobre-internacionalizacao/43608/>>. Acessado em: 18 mai. 2015.

TORKOMIAN, A L.V. **Estrutura de polos tecnológicos: um estudo de caso**. São Paulo: 193p. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Economia Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 1992.

UTTERBACK, J.M.; ABERNATHY, W.J. **A dynamic model of process and product innovation**. Omega: the International Journal of Management Science, v.3, n.6, p. 639-55, Dec. 1975.

UTTERBACK, J.M.; SUAREZ, F.F. **Innovation, competition, and industry structure**. Cambridge Mass. Mit, 56p, 1990.

V EGEPE. FRANCISCHINI, A.S.N; RIBEIRO C.O.; COSENTINO, H.M. **Internacionalização de Empresas Brasileiras: Análise de Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em: <http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/saopaulo/353_trabalho.pdf>. Acessado em: 14 abr. 2015

WEISFELDE, C. J. **Internationalization and the multinational enterprise: development of a research tradition**. In: AXINN, C.; MATTHYSSENS, P. (Org). Reassessing the internationalization of the firm. Amsterdam. p.13-46 (Advances in International Marketing ,11), Jan, 2001

WORLD INVESTMENT REPORT, Unctad, 2010. Disponível em: <http://unctad.org/en/Docs/wir2010_en.pdf>. Acessado em 20 Ago. 2015

ZEN, A., HAUSER, G. **A articulação e o desenvolvimento dos parques tecnológicos: O caso do Programa Porto Alegre Tecnópole**. Bahia: ALTEC, 2005.

XIV SEMEAD 2011. MACHADO, M.A.V; CARVALHO L.M. de. **Tipologia do Processo de Internacionalização de Empresas Exportadoras do Estado da Paraíba** Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/14semead/resultado/trabalhosPDF/833.pdf>>. Acessado em: 19 abr. 2015