



Revista ADM.MADE

Revista do Mestrado em Administração e
Desenvolvimento Empresarial - Universidade
Estácio de Sá

Revista ADM.MADE, Rio de Janeiro, ano 16, v.20, n.3, p.22-42, setembro/dezembro, 2016

<http://dx.doi.org/10.21714/2237-51392016v20n3p022042>

Revista do Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial da Universidade
Estácio de Sá – Rio de Janeiro (MADE/UNESA). ISSN: 2237-5139

Conteúdo publicado de acesso livre e irrestrito, sob licença Creative Commons 3.0.

Editora responsável: Isabel de Sá Affonso da Costa

Exportação da Micro e Pequena Empresa: Análise da Atuação dos Bancos

Hellen Rodrigues¹
José Osvaldo De Sordi²

Artigo recebido em 13/02/2016 e aprovado em 08/03/2017. Artigo avaliado em *double blind review*.

¹ Mestre em Administração das Micro e Pequenas Empresas pela Faculdade Campo Limpo Paulista (FACCAMP). Endereço: Rua Mococa, 227, CEP 07.713-030, Caieiras, São Paulo - SP. E-mail: hellen_rodrigues@hotmail.com.

² Doutor em Administração de Empresas pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas (EAESP/FGV). Docente-pesquisador do Programa de Mestrado em Administração das Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU) e do Programa de Doutorado em Administração da Faculdade Campo Limpo Paulista (FACCAMP). Endereço: Rua Taguá, 150 - Liberdade - CEP: 01508010 - São Paulo, SP. E-mail: osdesordi@gmail.com.

Exportação da Micro e Pequena Empresa: Análise da Atuação dos Bancos

A internacionalização das micro e pequenas empresas (MPE) traz benefícios à economia do País, e uma das formas de observar esse processo é por meio das exportações. A MPE é limitada em conhecimento sobre o mercado externo e historicamente sofre com a falta de recursos financeiros. O objetivo da presente pesquisa é compreender qual a participação dos bancos dentre os relacionamentos que influenciaram a internacionalização da MPE brasileira, e identificar se houve apoio à MPE na fase inicial da relação de negócios com o exterior, assim como se esse apoio ocorre no cenário atual. Após revisão da literatura nacional, observou-se ser um tema pouco explorado pelos pesquisadores brasileiros. Trata-se de pesquisa quantitativa, utilizando estatística descritiva sendo a coleta de dados realizada através de questionário com escala tipo Likert de sete pontos. Tema pouco explorado pelos pesquisadores brasileiros, sua relevância decorre de estudos realizados com MPEs apontarem dificuldades dessas empresas em se relacionar com bancos para alcançar, além do recurso financeiro, o conhecimento para acessarem e se manterem no mercado internacional.

Palavras-chave: internacionalização; exportação; bancos; micro e pequena empresa.

Keywords: internationalization; exportation; banks; micro and small enterprise.

Export of Micro and Small Enterprises: Analysis of the Performance of Banks

The internationalization of Micro and Small Enterprises (MSE) brings benefits to the economy and one way to start this process is through exports. The MSEs are limited in knowledge about the foreign market and historically suffers from a lack of financial resources. The objective of this research is to understand the participation of banks among all the relationships that influenced the internationalization of Brazilian MSEs, and also to identify if they were supporting the MSE in early business relationship with the foreign market and if they are still supporting in the current scenario. After reviewing the national literature, it was observed that few Brazilian researchers have developed knowledge on this topic. It is a quantitative research, using descriptive statistics and data collection conducted through a questionnaire. The relevance of this research stems from the fact that others studies point to the difficulties of MSEs in relating with banks in order to reach, apart from financial resources, the knowledge to enter and remain in the international market.

1. Introdução

Em levantamento realizado pela Associação de Comércio Exterior do Brasil (AEB) (AEB, 2012), no ano de 2012 existiam no País 4,5 milhões de empresas classificadas como de micro a grande porte; dessas, apenas 0,4% exportavam. Em 2013, o número de empresas exportadoras brasileiras foi de 18.414, das quais 59,36% classificadas como MPE; no mesmo ano, no estado de São Paulo havia 5.442 MPEs, que responderam por 37,1% das exportações brasileiras de empresas desse porte (AMBROSINI et al., 2014).

Considerando a contribuição que as exportações geram para o fortalecimento da economia, este número poderia ser maior. No contexto da MPE brasileira, apenas no estado

de São Paulo em 2012 elas representaram 47% dos empregos e foram responsáveis por 36% da folha de pagamento (SEBRAE, 2014).

Estudos realizados com MPEs abordaram a dificuldade delas em obter suporte creditício dos bancos, além de não utilizá-los como fonte de informação e de apoio ao processo de internacionalização (BOOT, 2000; LINDSTRAND e LINDBERGH, 2011; DURKIN et al., 2013). Autores destacam a necessidade de estreitar o relacionamento banco-empresa para diminuir a assimetria de informações, que afeta o acesso da MPE ao crédito (BINKS et al., 2006; MATIAS, 2009; JAMES et, 2011).

Além do suporte creditício que os bancos podem oferecer à MPE, há também outros serviços, considerando que o relacionamento bancário vai além de empréstimos (BOOT, 2000). Há, por exemplo, serviços de consultoria e de capacitação, gestão de caixa, pagamentos internacionais e cartas de crédito, que podem agregar valor ao processo de internacionalização. Uma das muitas tarefas importantes dos bancos é facilitar as transações entre diferentes parceiros de negócios (LINDSTRAND; LINDBERGH, 2011), mesmo estando localizados em diferentes países, devido à presença internacional que grandes bancos possuem, além da possibilidade de interação entre eles.

A influência das redes de relacionamento na internacionalização das empresas tem sido frequentemente estudada, assim como o relacionamento banco-empresa (VAHLNE; JOHANSON, 2013; BARBOSA et al., 2014; ZINELDIN, 1995; BINKS, ENNEW; MOWLAH, 2006; SILVER; VEGHOLM; 2009). No entanto, poucos estudos são feitos sobre os bancos como parte da rede de relacionamentos da MPE, contribuindo no seu processo de internacionalização por meio da utilização de suas redes internacionais de atuação (LINDSTRAND e LINDBERGH, 2011). Lindstrand e Lindbergh (2011) destacaram que, dentre nove fontes pesquisadas, os bancos são a fonte de informação menos requisitada para internacionalização das empresas suecas. Os resultados apontam que é mínima a participação dos bancos em redes de negócios internacionais dessas empresas durante o processo de internacionalização.

As exportações realizadas por MPEs brasileiras em 2013 foram contabilizadas em US\$ 2,0 bilhões, o que significou queda de 3,3% em relação ao ano anterior. A participação dessas empresas nas exportações totais brasileiras daquele ano ficou em 0,84%, o percentual mais baixo da série histórica iniciada em 1998, ao mesmo tempo em que houve crescimento de 83% na participação das grandes empresas no total de exportações do País (AMBROSINI et al., 2014).

A relevância do presente trabalho se percebe, portanto, diante da dificuldade da MPE em se internacionalizar e em se manter no mercado internacional.

2. Referencial Teórico

As pequenas empresas são significantes para a geração de emprego na maior parte das nações, contribuindo também para os respectivos Produtos Internos Brutos (PIBs) e revelando-se estratégicas para a ampliação das exportações (BERGER; SCOOT, 2007; CARVALHO; GOMES; LIMA, 2012).

No caso brasileiro, onde os empreendedores têm forte tendência a se voltar ao mercado interno, o acúmulo de conhecimento nesses negócios nacionais pode ter efeito positivo sobre as práticas com terceiros países (VERSIANI; LOUREIRO REZENDE, 2009).

Conforme observa-se na Tabela 1, as exportações realizadas por MPEs entre 2005 e 2015 não tiveram representatividade significativa nas exportações totais do País, o que condiz com a literatura sobre a necessidade de estímulo à internacionalização dessas empresas. Como sugerem Coelho e Oliveira Junior (2016), a formulação de políticas governamentais de apoio à internacionalização deve ser incorporada à agenda governamental, para, assim, ser considerada um problema público, vinculado ao desenvolvimento econômico do País.

Tabela 1 – Brasil - Valor anual das exportações: total e segmentado por porte da empresa (micro, pequena, média e grande) - Valores absolutos em US\$ FOB e participação percentual anual por porte da empresa - 2005-2015

	PORTE EMPRESA / ANO	EMPRESAS								TOTAL
		MICRO	% TOTAL	PEQUENA	% TOTAL	MÉDIA	% TOTAL	GRANDE	% TOTAL	VALOR EXPORTADO (US\$ FOB)
Valor Exportado	2015	230.995.745	0,12%	1.833.368.320	0,96%	8.427.853.674	4,41%	180.326.691.587	94,35%	191.134.324.584
	2014	215.345.636	0,10%	1.746.003.758	0,78%	8.663.853.913	3,85%	214.144.391.346	95,13%	225.100.884.831
	2013	196.521.652	0,08%	1.569.020.683	0,65%	7.905.567.267	3,27%	232.077.872.402	95,89%	242.033.574.720
	2012	193.504.407	0,08%	1.593.501.399	0,66%	8.132.378.170	3,35%	232.155.703.430	95,70%	242.579.775.763
	2011	225.452.235	0,09%	1.806.976.234	0,71%	8.819.000.104	3,44%	244.782.186.156	95,60%	256.039.574.768
	2010	230.824.531	0,11%	1.733.603.197	0,86%	8.198.995.145	4,06%	191.473.804.901	94,83%	201.915.285.335
	2009	250.804.354	0,16%	1.067.334.171	0,70%	8.598.555.758	5,62%	142.791.339.251	93,33%	152.994.742.805
	2008	267.259.637	0,14%	2.042.103.284	1,03%	8.899.874.080	4,50%	186.388.505.084	94,16%	197.942.442.909
	2007	396.248.141	0,25%	2.598.560.207	1,62%	9.718.957.507	6,05%	147.626.944.211	91,89%	160.649.072.830
	2006	272.306.144	0,20%	2.115.098.465	1,53%	9.254.430.749	6,72%	125.963.069.289	91,41%	137.807.469.531
	2005	283.675.810	0,24%	2.037.652.870	1,72%	8.125.476.539	6,86%	107.864.517.315	91,00%	118.529.184.899

Fonte: Elaboração própria com base em MDIC (2016).

Nogueira (2016) ressalta que, devido a algumas especificidades, as MPEs brasileiras apresentam maior complexidade, em relação às MPEs estrangeiras, para a implementação de políticas coordenadas e integradas de apoio e de fomento ao segmento. Por exemplo, tem-se o fato de as unidades federativas – ou seja, os 26 estados e o distrito federal - e os atuais 5.570 municípios deterem autonomia para legislar sobre matérias como tributação e concessão de licenças de funcionamento e de operação de empresas. O autor sugere também a criação de um pacto nacional para articulação das políticas voltadas para essas empresas, em torno de um objetivo claramente definido, associados a produtividade e inovação.

Há certo nível de consenso na academia de que, dentre as formas possíveis de atuação de uma empresa no exterior, a exportação costuma ser a primeira etapa do processo de internacionalização, por corriqueira e com menor custo (BROUTHERS et al., 2009; CHIARA; MINGUZZI, 2002, CRICK, 2009; JOHANSON; VAHLNE, 1977). Considerar uma empresa internacionalizada pressupõe que ela esteja presente fisicamente em outro país;

para produzir no exterior é necessário ter vantagens de propriedade que justifiquem o investimento, sem as quais as falhas de mercado - custos de informação e de transação, oportunismo dos agentes e especificidades de ativos - não justificariam a internacionalização da produção (STAL, 2005).

As teorias de internacionalização buscam explicar as estratégias e os processos que as empresas adotam ao buscar mercados externos. Há teorias de internacionalização que enfocam o aspecto econômico, e teorias que se atêm ao aspecto comportamental do processo, que depende de atitudes, de percepções e do comportamento dos executivos que irão tomar as decisões (SILVA et al., 2010).

Uma das teorias de internacionalização de empresas surgiu do modelo de estágios, que explica as características da internacionalização de uma companhia. Seguindo um processo passo a passo, ela começa a partir de nenhuma atividade internacional e passa a se envolver em algum tipo de negócio mundial, terminando por possuir subsidiárias no exterior. Esse modelo se tornou conhecido como Modelo de Uppsala (JOHANSON; VAHLNE, 1977), que propõe que, à medida que a empresa adquire conhecimento do mercado em que está atuando, ela tende a investir mais recursos para ali ampliar sua participação, com as decisões tendo como base o conhecimento, que permite perceber oportunidades concretas.

No modelo revisitado, Johanson e Vahlne (2009) passaram a considerar que o relacionamento da empresa com sua rede de negócios é fator preponderante para a internacionalização. O aprendizado, o desenvolvimento de confiança e o nível de comprometimento no relacionamento servem também como ponte de acesso a outras redes de relacionamentos. Mesmo que o modelo original de internacionalização de Uppsala tenha passado por modificações, ainda explica o processo de internacionalização de muitas empresas em todo o mundo (BROUTHERS et al., 2009).

Sobre as redes de relacionamento, a aprendizagem empreendedora estudada no enfoque da abordagem de *networking* engloba “as habilidades e os conhecimentos dos empreendedores de MPE, que são adquiridos por meio de suas redes de relacionamento, incluindo clientes, fornecedores, bancos, educação universitária, profissionais de outras empresas, parentes, amigos e mentores” (ZAMPIER; TAKAHASHI, 2011, p.572). As redes de relacionamento na internacionalização são a interação entre as partes no ambiente de mercado – aprendendo, criando – pois é primordial ser aceito numa rede de importância pertinente à atividade (VAHLNE; JOHANSON, 2013).

Algumas pesquisas realizadas nos últimos anos sobre internacionalização de empresas brasileiras foram relacionadas a seguir, tendo sido observados aspectos da teoria de internacionalização com abordagem comportamental:

a) Baêta et al. (2005) estudaram o empreendedorismo internacional nas incubadoras de empresas de base tecnológica e identificaram que essas não têm muitas parcerias de caráter internacional, o que dificulta o auxílio aos empreendedores;

b) Leite e Moraes (2014) pesquisaram as facetas dos riscos do processo de internacionalização - negociação com os compradores, modo de entrada no exterior, exploração de oportunidades internacionais, porte, tempo de atuação, produção agrícola e

negociação - em um estudo qualitativo de múltiplos casos, onde foram realizadas entrevistas com 30 gestores de empresas de agronegócios consideradas *Born Global*, nascidas globais, por terem iniciado a internacionalização nos primeiros anos de atividade. Tendo como base a Teoria do Empreendedorismo Internacional, os autores identificaram a dimensão comercial e a negociação como principais riscos;

c) Freitas et al. (2014) observaram, em estudo sobre internacionalização de uma empresa de agronegócios no Vale do São Francisco, que o processo se deu em etapas como no modelo de internacionalização Uppsala, e as escolhas gerenciais se deram conforme abordagem da “escolha adaptativa”, que discute o modo como os gestores tomam decisões e as variáveis que influenciam as escolhas;

d) Silva et al. (2012) pesquisaram as características do empreendedorismo internacional no processo de Internacionalização e, no estudo de caso realizado, perceberam a influência das *networks* no momento de expansão para outros países;

e) Segalis e Guedes (2012) abordaram a internacionalização de empresas familiares de pequeno e médio portes. Buscaram, na literatura, definir o conceito de empresa familiar e identificaram as teorias de internacionalização de vieses comportamental e econômico, destacando que a internacionalização de empresas desse porte tem crescido nos últimos anos. Tal trabalho questionou o fato de as pesquisas acadêmicas relacionadas aos processos de internacionalização sempre voltarem-se às grandes empresas internacionais;

f) Domingues e Bueno (2011), ao analisarem as estratégias de internacionalização de seis empresas brasileiras, identificaram que, apesar de muito citado e utilizado, o modelo de internacionalização Uppsala não explica todos os processos de internacionalização de empresas. Por isso foram criados outros modelos, como o Born Global, para contemplar as empresas que exportam com pouco tempo de atividade, não seguindo o modelo de internacionalização por etapas;

g) Tal fato também foi observado por Vianna et al. (2014) que encontraram, na internacionalização de franquias, diferentes motivações para internacionalização, o que não pode ser explicado por apenas uma teoria. Em uma das franquias foi possível observar a internacionalização por etapas, que condiz com a teoria de Uppsala.

Para se tornarem mais competitivas, as MPEs podem se unir na formação de redes de empresas, por meio de arranjos produtivos locais (APLs), de associações, de consórcio, de cooperativas, de *joint-ventures*, de organizações virtuais. Dentre essas alternativas, o consórcio de exportação contribui para fortalecer as MPEs, para promoção e facilitação de alianças, aproximando conjuntos de empresas, desenvolvendo uma rede de relacionamento entre empresas do território e as instituições locais (ZUCATTO et al., 2010).

O acesso ao crédito e recursos para financiamento das atividades da MPE é um assunto bastante abordado na literatura, sendo considerado um dos obstáculos mais enfrentados por empresas de menor porte e que dificultam seu desenvolvimento (BERGER; SCOOT, 2007; CHAKRABORTY; MALLICK, 2012; JAMES et al., 2011; RIDING, 2012).

Muitos países possuem, em sua estrutura econômica, elevado percentual de MPEs que são importantes fontes de crescimento pela contribuição significativa que fazem à

economia. Relações mais próximas com essas empresas são interessantes para os bancos pela contribuição expressiva que dão aos seus lucros (DURKIN; MCGOWAN; BABB, 2013; MARJENE; REGRETTABLE, 2013).

As empresas maiores não dependem apenas dos bancos para conseguirem financiamento, podendo recorrer, por exemplo, à bolsa de valores; desse modo, quando advém uma crise financeira, a MPE é a primeira prejudicada com o racionamento de crédito (LINDSTRAND; LINDBERGH, 2011; ZUBELDIA; LERTXUNDI; IBÁÑEZ, 2012).

Programas públicos de financiamento às exportações se fazem necessários para facilitar o acesso ao crédito para MPEs. Galetti e Hiratukab (2011) estudaram as linhas públicas de financiamento à exportação - o BNDES Exim, do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico Social (BNDES), e o Programa de Financiamento às Exportações (Proex), do Banco do Brasil - tendo observado que as empresas que deles se beneficiaram apresentaram impacto positivo no resultado das exportações.

Estudos empíricos realizados apontam que o tempo de relacionamento banco-empresa não se traduz em melhores taxas de juros para as linhas de financiamento, sendo também considerados a experiência do tomador e o tempo de existência da empresa (CHAKRABORTY; MALLICK, 2012; MARJENE; REGRETTABLE, 2013).

Sendo assim, gestores de MPE devem aprimorar seus conhecimentos sobre administração financeira, com o propósito de transmitir confiança e de desenvolver laços mais estreitos e sólidos com o seu banco, para obter apoio financeiro principalmente em tempos de dificuldade (BINKS; ENNEW; MOWLAH, 2006; LUCATO; VIEIRA, 2006; DURKIN; MCGOWAN; BABB, 2013).

Floriani e Fleury (2012) desenvolveram um estudo com 114 PMEs brasileiras para identificar a relação entre o grau de internacionalização (GRI), o desempenho financeiro e o desenvolvimento de competências internacionais. Concluíram que há relação direta e positiva entre o GRI, as competências e o desempenho para a PME, sendo que, à medida que o grau de internacionalização aumenta, as empresas ganham experiência, e tendem a se tornar mais eficientes, melhorando seu desempenho.

3. Método

Trata-se de pesquisa quantitativa, utilizando estatística descritiva, cuja coleta de dados foi realizada por meio de questionário com escala tipo Likert de sete pontos, desenvolvido com base em Lindstrand (2003) e em Lindstrand e Lindbergh (2011).

3.1. População e amostra

Para identificação das empresas que compõem o universo da pesquisa, acessou-se a base de dados estatísticos do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) no endereço *web* que disponibiliza a relação de empresas exportadoras por ano. Foram selecionadas aquelas que tiveram receita de exportação de até US\$ 1 milhão nos anos de 2013 e 2014, por conveniência localizadas no estado de São Paulo.

Os dados para contato com as empresas foram localizados por meio do buscador Google e do Catálogo de Exportadores Brasileiros mantido pelo Conselho Nacional da Indústria – CNI disponível na internet. Num primeiro momento as empresas foram contatadas por meio de *e-mail* convite e, num segundo momento, por telefone, então solicitando-se pelo responsável da área de exportações da empresa ou por seu administrador.

Participaram da pesquisa 31 empresas, sendo o critério adotado para enquadrar como MPE o número de empregados no ano da primeira exportação, conforme classificação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (SEBRAE, 2014) - critério que se aproxima da classificação internacional utilizada pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE, baseada também no número de pessoas.

O questionário foi criado no aplicativo SurveyMonkey e o *link* para responder a pesquisa foi disponibilizado no e-mail convite.

3.2. Coleta de dados

Nas fontes da revisão da literatura buscou-se identificar questões ou temas que pudessem sugerir proposições referentes ao relacionamento entre banco e MPE que possibilitassem caracterizar tal relacionamento, e se tinha havido a participação dos bancos entre os relacionamentos que influenciaram na primeira exportação da MPE e atualmente.

Um *e-mail* foi enviado aos autores das proposições selecionadas que publicaram artigo em língua portuguesa; dois especialistas responderam ao convite de validar o conteúdo das proposições, enviando seus comentários. Após alterações no questionário sugeridas por especialistas e a aplicação de um pré-teste, foram excluídas dois tipos de proposições: as que exigiam do respondente um pré-conhecimento sobre teorias acerca da internacionalização de empresas e as que não eram relevantes para o objetivo do estudo. Foram reformuladas algumas proposições para propiciar aos respondentes melhor entendimento da pergunta.

A versão final do questionário foi organizada em três partes:

1) Parte A - Informações sobre a empresa: o respondente deveria fornecer informações acerca do tempo de existência da empresa, quantidade de funcionário, e informações acerca do perfil exportador da empresa.

2) Parte B - Relacionamentos que influenciaram na internacionalização da empresa: o respondente deveria selecionar as fontes de informação que foram importantes na fase inicial da relação de negócios com o exterior, lembrar o evento da primeira exportação informando sobre o apoio oferecido pelos bancos à época e, na questão seguinte, se havia apoio no cenário atual.

3) Parte C - Relacionamento entre banco e empresa na internacionalização: composta por 16 proposições.

As partes A e B foram adaptadas de Lindstrand (2003), que pesquisou sobre

internacionalização de empresas, e de Lindstrand e Lindbergh (2011), que pesquisaram sobre a necessidade dos bancos como parte da rede de relacionamentos das pequenas e médias empresas suecas durante a expansão internacional.

As proposições (P1 a P16) que compõem a parte C foram inspiradas nos estudos dos seguintes autores:

- P1 - Relaciono-me com banco para obter recurso financeiro e ou conhecimento sobre negócios internacionais (BINKS et al., 2006);
- P2 - Tenho conhecimento sobre serviços oferecidos pelos bancos na área internacional (LINDSTRAND; LINDBERGH, 2011);
- P3 - Utilizo serviços oferecidos pelo banco na área internacional (LINDSTRAND; LINDBERGH, 2011);
- P4 - Utilizo a internet para realizar transações internacionais (LINDSTRAND; LINDBERGH, 2011);
- P5 - Utilizo serviços de consultoria na área internacional oferecidos pelos bancos (LINDSTRAND; LINDBERGH, 2011);
- P6 - Percebo a utilidade do banco como fonte de conhecimento e de serviços no processo de internacionalização (LINDSTRAND; LINDBERGH, 2011);
- P7 - Tenho dificuldade em acessar recursos financeiros por meio do banco para exportar (SOUZA; FLORIANI; LOPES, 2011).
- P8 e P9 - Conforme aumenta o tempo de relacionamento com o banco percebo diminuir as taxas de juros e as exigências de garantias (MATIAS, 2009);
- P10 a P12 - Tenho dificuldade para criar um bom relacionamento com o banco para acessar recursos financeiros, serviços e conhecimentos na área internacional (ZINELDIN, 1995);
- P13 - As decisões de contratar empréstimo e ou financiamento influenciam minha empresa a exportar (RIDING et al., 2012);
- P14 - Busco compreender e conhecer sobre a gestão financeira de minha empresa (BINKS et al., 2006);
- P15 - Exportar é uma forma mais fácil de internacionalizar e proporciona aprendizagem empresarial (CRICK, 2009);
- P16 - A participação no mercado externo é capaz de gerar novos aprendizados para minha empresa (VERSIANI; LOUREIRO REZENDE, 2009).

3.3. Tratamento de dados

As questões 10 e 11 da parte B e as questões da parte C do questionário apresentaram proposições que os respondentes deveriam assinalar de acordo com o grau de concordância, numa escala Likert de 7 pontos, sendo: 1 - Discordo totalmente; 2 - Discordo muito; 3 - Discordo moderadamente; 4 - Nem concordo nem discordo; 5 - Concordo moderadamente; 6 - Concordo muito e 7 - Concordo totalmente.

Como as variáveis ordinais admitem apenas testes não paramétricos (SANCHES et al., 2011), a medida estatística para medir centralidade utilizada nessa pesquisa foi a mediana, e, para calcular a aderência, foram utilizados os testes propostos por Scarpi (2010) e Wilder

Jr. (1981, apud SANCHES et al., 2011).

O grau de aderência de cada proposição foi determinado pelo oscilador estocástico de Wilder Jr. (1981, apud SANCHES et al., 2011), aplicando-se a fórmula:

$$GA_p = 100 - \left(\frac{100}{\frac{C_p}{D_p} + 1} \right)$$

Dp exprime a quantidade de respostas discordantes, que, na presente pesquisa, são de 1- Discordo totalmente a 3 – Discordo moderadamente (1+2+3 + 50% da 4).

Cp são as respostas concordantes (50% da 4 + 5+6+7) à proposição. Os valores do diferencial semântico 4, que significa “Nem concordo nem discordo”, são divididos ao meio entre concordantes e discordantes.

Os valores do grau de aderência ficam de 0 a 100, e podem ser interpretados de acordo com o valor observado como:

- 90,00 ou mais indica aderência absoluta;	- 70,0 a 89,9 indica aderência forte;	- 50,0 a 69,9 indica aderência substancial;
- 30,00 a 49,9 indica aderência moderada;	- 10,0 a 29,9 indica aderência baixa;	- menos de 0 a 9,9 indica aderência desprezível.

Outro método para medir a aderência das respostas de escala Likert é o de Scarpi (2010, p. 547), cuja fórmula geral de normalização é:

$$v = \frac{x - Min}{Max - Min}$$

O valor mínimo será 31 se as 31 empresas responderem 1 à proposição: min= 31*1=31.

O valor máximo corresponde a 217, se as 31 empresas responderem 7 à proposição: max= 31*7=217.

O peso ponderado é calculado de acordo com o número de observações que houve na coluna multiplicado pelo peso, como, por exemplo, a proposição P1:

$$PP = 15*1+ 1*2+2*3+3*4+1*5+4*6+5*7 = 99$$

Os valores do grau de aderência ficam no intervalo, em percentual, [0;100] sendo interpretados de acordo com valor observado, conforme abaixo:



- 0,70 ou mais indica aderência absoluta;	- 0,55 a 0,699 indica aderência forte;	- 0,40 a 0,5499 indica aderência substancial;
- 0,30 a 0,3999 indica aderência moderada;	- 0,15 a 0,2999 indica aderência baixa;	- menos de 0,15 indica aderência desprezível.

4. Resultados

As MPEs que participaram da pesquisa têm, em média, 31 anos de existência, e 84% delas são do ramo de fabricação. A primeira exportação de 54% das empresas ocorreu para algum país da América Latina. O ano de início das exportações foi respondido por 30 empresas, sendo que apenas uma não soube informar. Do total de participantes da pesquisa, 70% iniciaram suas exportações a partir do ano 2000, sendo que 40% das empresas iniciaram as exportações em até 10 anos após a fundação.

Em relação ao número de funcionários, na primeira exportação em média existiam 43 funcionários e, quando da pesquisa, a média era de 77 funcionários, representando aumento de 76,8% no período.

Havia predominância de empresas de pequeno porte no primeiro momento da exportação, e, no cenário atual (anos de 2014 e 2015), algumas empresas mudaram de perfil, tornando-se médias e grandes empresas devido ao aumento no número de funcionários. Como essas empresas ainda tinham receita de exportação de até US\$ 1 milhão quando da pesquisa e anteriormente eram classificadas como MPEs, continuaram fazendo parte da amostra.

O número de empresas que exportavam até 10% de seu volume de vendas era de 22 empresas quando da pesquisa, representando 71% da amostra. O principal destino das exportações das empresas pesquisadas era a América Latina, seguida por Estados Unidos e Itália.

Quanto às fontes de informações que foram importantes na fase inicial da relação de negócios com o exterior, as empresas com as quais houve contato pessoal para a pesquisa citaram itens que não estavam disponíveis para resposta no questionário, como a participação em feiras de negócios internacionais e a presença de representantes comerciais que atuam no exterior. De acordo com os que assinalaram as opções do questionário, observa-se que os clientes são a fonte de informação mais influente para que as empresas decidam iniciar suas exportações.

Na presente pesquisa observou-se que os bancos apareceram em segundo lugar nas respostas das empresas que atribuíram nota na escala de importância, no entanto eles não foram citados por 58% da amostra. No estudo sueco realizado por Lindstrand e Lindbergh (2011), os bancos apareceram em último lugar dentre nove fontes pesquisadas. Cabe salientar que a comparação entre os estudos não é precisa, uma vez que há divergência no tamanho da amostra 31 (na presente pesquisa) e 188 (estudo sueco) e foram consideradas

apenas notas atribuídas.

Os resultados dos testes para calcular a aderência segundo Wilder Jr. (1981, apud SANCHES et al., 2011) são apresentados na Tabela 2, e, segundo Scarpi (2010), na Tabela 3.

Tabela 2 - Grau de Aderência segundo Wilder Jr. (1981, apud SANCHES et al., 2011)

Proposições	Escala Likert 7 pontos							Dp	Cp		Aderência
	1	2	3	4	5	6	7				
p1	15	1	2	3	1	4	5	19.5	11.5	37.10	Baixa
p2	4	3	1	6	4	11	2	11	20	64.52	Substancial
p3	7	2	1	3	5	8	5	11.5	19.5	62.90	Substancial
p4	6	0	0	3	3	5	14	7.5	23.5	75.81	Forte
p5	16	4	1	3	3	1	3	22.5	8.5	27.42	Baixa
p6	16	3	2	4	4	2	0	23	8	25.81	Baixa
p7	12	2	1	5	2	3	6	17.5	13.5	43.55	Moderada
p8	15	1	2	3	3	5	2	19.5	11.5	37.10	Moderada
p9	14	2	0	5	3	5	2	18.5	12.5	40.32	Moderada
p10	14	2	0	4	3	4	4	18	13	41.94	Moderada
p11	15	2	1	3	4	3	3	19.5	11.5	37.10	Moderada
p12	14	2	1	5	3	4	2	19.5	11.5	37.10	Moderada
p13	20	2	1	3	1	1	3	24.5	6.5	20.97	Baixa
p14	2	2	3	1	2	5	16	7.5	23.5	75.81	Forte
p15	2	0	0	8	2	6	13	6	25	80.65	Forte
p16	1	0	0	4	4	4	18	3	28	90.32	Absoluta

Obs: 1 - Discordo totalmente a 7 – Concordo totalmente

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 3 - Grau de Aderência segundo Scarpi (2010)

Proposições	Escala Likert 7 pontos							PP	Aderência	
	1	2	3	4	5	6	7			
p1	15	1	2	3	1	4	5	99	0,37	Moderada
p2	4	3	1	6	4	11	2	137	0,57	Forte
p3	7	2	1	3	5	8	5	134	0,55	Forte
p4	6	0	0	3	3	5	14	161	0,70	Forte
p5	16	4	1	3	3	1	3	81	0,27	Baixa
p6	16	3	2	4	4	2	0	76	0,24	Baixa
p7	12	2	1	5	2	3	6	109	0,42	Substancial
p8	15	1	2	3	3	5	2	94	0,34	Moderada
p9	14	2	0	5	3	5	2	97	0,35	Moderada
p10	14	2	0	4	3	4	4	101	0,38	Moderada
p11	15	2	1	3	4	3	3	93	0,33	Moderada
p12	14	2	1	5	3	4	2	94	0,34	Moderada
p13	20	2	1	3	1	1	3	71	0,22	Baixa
p14	2	2	3	1	2	5	16	171	0,75	Absoluta
p15	2	0	0	8	2	6	13	171	0,75	Absoluta
p16	1	0	0	4	4	4	18	187	0,84	Absoluta

Obs. 1- Discordo totalmente a 7- concordo totalmente

PP Peso Ponderado

Fonte: Elaboração própria.

Considerando o resultado obtido para cada proposição, observamos que existe uma aderência igual para os dois testes nas seguintes proposições:

- aderência absoluta para P16;
- aderência forte para P4;
- aderência substancial: não houve resultado semelhante;
- aderência moderada para as proposições P8, P9, P10, P11 e P12;
- aderência baixa para as proposições P5, P6 e P13 .

Para as demais proposições houve pequenas divergências entre os indicadores do grau de aderência, pois há associação positiva muito forte entre os graus de aderência

calculados pelos dois métodos. A comparação entre a mediana das respostas às proposições e o grau de aderência dos dois métodos apresentados pode ser visualizada na Tabela 4.

Tabela 4 - Comparativo entre Graus de Aderência de Escalas Likert e a Mediana

Proposições	Mediana	Segundo Scarpi		Segundo Wilder	
p1	2	0,37	Moderada	37,10	Baixa
p2	5	0,57	Forte	64,52	Substancial
p3	5	0,55	Forte	62,90	Substancial
p4	6	0,70	Forte	75,81	Forte
p5	1	0,27	Baixa	27,42	Baixa
p6	1	0,24	Baixa	25,81	Baixa
p7	4	0,42	Substancial	43,55	Moderada
p8	2	0,34	Moderada	37,10	Moderada
p9	2	0,35	Moderada	40,32	Moderada
p10	2	0,38	Moderada	41,94	Moderada
p11	2	0,33	Moderada	37,10	Moderada
p12	2	0,34	Moderada	37,10	Moderada
p13	1	0,22	Baixa	20,97	Baixa
p14	7	0,75	Absoluta	75,81	Forte
p15	6	0,75	Absoluta	80,65	Forte
p16	7	0,84	Absoluta	90,32	Absoluta

Obs. 1- Discordo totalmente a 7- concordo totalmente

Fonte: Elaboração própria.

O cálculo do grau de aderência referente ao resultado das questões 10 e 11, da parte B do questionário, está representado na Tabela 5 por meio de dois métodos: segundo Scarpi (2010) e segundo Wilder Jr. (1981, apud SANCHES et al., 2011). Para a primeira exportação resultou, respectivamente, em aderências baixa e moderada para o apoio oferecido por bancos públicos, e desprezível e baixa para bancos privados e estrangeiros. O cálculo da mediana foi 1.

Num segundo momento, o resultado do grau de aderência mudou apenas para bancos privados nacionais, sendo aderência baixa segundo o método Scarpi (2010) e moderada para método o de Wilder Jr. (1981, apud SANCHES et al., 2011), e 1 foi a mediana calculada, conforme a Tabela 5.

Tabela 5 - Apoio oferecido pelos bancos

	Apoio na primeira exportação				Apoio atualmente			
	Aderência Scarpi (2010)		Aderência Wilder Jr. (1981, apud SANCHES et al., 2011)		Aderência Scarpi (2010)		Aderência Wilder Jr. (1981, apud SANCHES et al., 2011)	
Banco público nacional	0,34	Baixa	33,33	moderada	0,28	Baixa	32,14	moderada
Banco privado nacional	0,08	desprezível	25,00	baixa	0,18	Baixa	35,00	moderada
Banco estrangeiro	0,02	desprezível	23,33	baixa	0,08	Desprezível	29,41	baixa

Fonte: Elaboração própria.

5. Análises e Discussões

Quatro das 16 proposições investigadas (P4, P14, P15 e P16) apresentaram forte grau de aderência segundo os métodos Scarpi (2010) e Wilder Jr. (1981, apud SANCHES et al., 2011). Ou seja, as percepções dos respondentes das MPE convergiram para as proposições não associadas a bancos: duas associadas à importância da exportação (P15 e P16), uma sobre gestão financeira (P14) e outra sobre a utilização de ferramentas tecnológicas em apoio à exportação (P4). Praticamente para aspectos onde a prática e os referenciais teóricos, tanto científicos quanto comerciais, avaliam como sendo relevantes para as MPEs.

Evidencia-se que não há consenso das MPEs com relação à participação dos bancos na internacionalização das MPEs brasileiras. As proposições que avaliam a percepção da MPE sobre a utilização de serviços de consultoria e sobre a fonte de conhecimento em negócios internacionais (P5 e P6, respectivamente) não obtiveram concordância entre os respondentes. Ao considerarmos a compreensão comum dos micro e pequenos empresários sobre a utilidade dos bancos como fonte de conhecimento em negócios internacionais (BOOT, 2000; LINDSTRAND; LINDBERGH, 2011), observou-se que o relacionamento banco-empresa se caracteriza mais pelos aspectos financeiros.

A dependência em relação aos bancos para obter recursos financeiros e conhecimentos não apresentou concordância por parte das MPEs (P1), de modo que nada se pode afirmar a respeito de elas reconhecerem os bancos como fonte de recursos financeiros e de conhecimento para a realização de seus negócios internacionais.

As MPEs apresentaram nível de concordância substancial para o conhecimento sobre os serviços oferecidos pelos bancos para a área internacional (P2) e para a utilização de tais serviços (P3); a pesquisa, no entanto, não exigiu a especificação de quais serviços a empresa tem conhecimento que o banco pode oferecer, nem de quais utiliza.

Os resultados da pesquisa convergem para não congruência das MPEs no caso das proposições associadas à dificuldade em acessar recursos financeiros para exportar (P7) e à influência da contratação desses recursos nas decisões de exportar (P13), apesar de um dos obstáculos mais citados por diversos autores para desenvolver as atividades da MPE (BINKS et al., 2006; MATIAS, 2009; JAMES et al., 2011; RIDING et al., 2012) ser a dificuldade para acessar recursos financeiros, e de Baêta et al. (2005) informarem que o principal problema da MPE para exportar é a dificuldade em obter empréstimos.

Não apresentaram consenso entre os respondentes as proposições que buscavam identificar a percepção das MPEs sobre os reflexos do relacionamento com os bancos na diminuição das taxas de juros e na exigência de garantias (P8 e P9), e sobre a dificuldade em ter um bom relacionamento com bancos para acesso a recursos financeiros, a serviços e a conhecimentos (P10 a 12).

Essas MPEs que não apresentam dificuldade em seu relacionamento com bancos também não consideram que o tempo de relacionamento lhes traga benefícios por meio da redução tanto de taxas quanto de exigência de garantias. Estes achados condizem com os estudos empíricos realizados por Chakraborty e Mallick (2012) e por Marjene e Regrettable (2013), que observaram que o tempo de relacionamento não é fator suficiente para refletir em melhores taxas de juros, sendo considerados também o tempo de existência da empresa e as experiências anteriores de crédito.

Existe concordância entre as MPEs de que houve, de alguma forma, apoio dos bancos no passado e que ele ainda existe no cenário atual, mas há também discordância sobre a importância desse apoio assim como sobre as vantagens para as MPEs se utilizarem desse relacionamento para desenvolverem seus negócios internacionais.

As empresas da pesquisa estão em fase inicial do processo de internacionalização, que tende a começar por meio das exportações diretas ou via agentes, e, conforme a empresa adquire conhecimento e experiência, instala uma subsidiária no exterior, seguindo o modelo de internacionalização por estágios de Johanson e Vahlne (1977).

Das 31 MPEs que responderam à pesquisa, 17 exportaram pela primeira vez para países da América Latina, sendo os principais destinos a Argentina e a Bolívia, o que coincide com a teoria de internacionalização por etapas (JOHANSON; VAHLNE, 1977), onde as empresas dão preferência a iniciar suas relações com o exterior com países que têm proximidade territorial ou cultural.

As exportações das MPEs brasileiras são bem diversificadas em termos de blocos econômicos de destino e apresentam diferenças de acordo com o porte da empresa, sendo que, para as MPEs, os países da América Latina representam mais de 40% do destino das exportações, enquanto, para empresas de maior porte, representa 18,2% (AMBROSINI et al., 2014). Vale notar que os resultados observados na presente pesquisa correspondem às estatísticas nacionais, uma vez que 58% das empresas da amostra informaram exportar para algum país da América Latina.

6. Conclusões

O objetivo do estudo foi compreender qual a participação dos bancos dentre os relacionamentos que influenciaram a internacionalização da MPE brasileira, identificar se houve apoio à MPE na fase inicial da relação de negócios com o exterior e se há apoio no cenário atual.

Não se pode afirmar que as MPEs pesquisadas consideram os bancos como fonte de conhecimento sobre negócios internacionais, pois houve concordância baixa a respeito entre elas.

Houve concordância forte entre as MPEs quanto à utilização de serviços oferecidos pelos bancos na área internacional, no entanto houve concordância moderada sobre a dificuldade por parte delas em acessar recursos financeiros para exportar (P7). Ademais, ao utilizarem esses recursos, apenas parte das MPEs percebem melhora nas condições negociais conforme aumenta o tempo de relacionamento (P8 e P9), dada a concordância moderada entre os respondentes.

Conclui-se que a maioria das MPEs - 64% da amostra - não considera os bancos como parte do relacionamento para negócios internacionais. A baixa a moderada concordância quanto ao apoio oferecido pelos bancos para as empresas exportarem pode explicar esse resultado, assim como o fato de 48% das MPEs da amostra terem dificuldade para criar um bom relacionamento com o banco para acesso a recursos financeiros, serviços e conhecimento na área internacional, apesar de essas empresas demonstrarem conhecer os serviços oferecidos pelos bancos na área internacional.

Os bancos poderiam adotar uma atitude proativa no relacionamento com as MPEs para que as negociações ocorressem de forma desburocratizada. No caso, taxas de juros acessíveis poderiam ser oferecidas a esse público, de modo que ambos os lados se beneficiassem com a negociação. A título de exemplo, alguns empresários respondentes manifestaram descontentamento com a ação dos bancos de darem mais atenção às grandes empresas, para as quais oferecem recursos com taxas de juros menores. Segundo eles, quando a pequena empresa solicita tais recursos, tem dificuldade de acesso devido à documentação exigida e às garantias solicitadas, entre outros. Por meio desses exemplos, pode-se observar que a pequena empresa se sente preterida em relação às grandes empresas.

Cabe uma reflexão, com relação aos bancos nacionais – em especial os públicos, considerando que também são responsáveis pelo fomento ao desenvolvimento econômico do país e ao crescimento das exportações - sobre como explorar essa oportunidade para estimular a internacionalização das MPEs. Galetti e Hiratukab (2011) concluíram que as MPEs que acessaram linhas de financiamento com recursos federais por meio de bancos públicos registraram impactos positivos sobre os valores exportados mais significativos que os observados em empresas de maior porte.

Depreende-se da pesquisa que há oportunidades para os bancos atuarem de forma mais eficaz junto à internacionalização da MPE brasileira, pois o potencial de negócios que pode emergir do relacionamento entre ambos esses agentes não é bem explorado.

Observando-se que o percentual de vendas ao mercado externo declarado por MPEs do ramo de indústrias foi na média 7%, em 2014, há oportunidades para ampliar negócios que beneficiem ambos os lados.

Os bancos brasileiros podem ter um papel de maior destaque junto às MPEs, pois essas últimas não reconhecem o potencial de conhecimento sobre mercados externos que os bancos podem oferecer por meio de consultorias, de cursos e até mesmo em ampliação da rede de relacionamentos com parceiros internacionais. Ao facilitar o acesso das MPEs à informação e aos recursos financeiros, os bancos podem delas se aproximar, oferecendo um atendimento mais personalizado.

A presente pesquisa foi realizada com uma amostra de MPEs selecionadas predominantemente por conveniência, localizadas no estado de São Paulo – ou seja, não adota a amostragem aleatória.

Como sugestão de estudos futuros, poderia-se replicar o questionário aqui utilizado aos demais estados da federação para posterior comparação dos resultados. Outra sugestão de pesquisa é tentar identificar uma relação entre o desempenho exportador das empresas que utilizam recursos financeiros oferecidos pelos bancos e as que não utilizam.

Referências

- ASSOCIAÇÃO DE COMÉRCIO EXTERIOR DO BRASIL – AEB, **Radiografia do comércio exterior brasileiro: passado, presente e futuro**. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: < <http://www.aeb.org.br/> >. Acesso em 25 mar. 2014.
- AMBROSINI, A; NUNES, D.; GAMA, H.; BEDE, M.; MORAIS, M.; FONSECA, P.; SANTOS, P.; MOREIRA, R. BISPO, R. **As micro e pequenas empresas na exportação brasileira**. Brasil: 1998-2013. Brasília: SEBRAE, 2014.
- BAÊTA, A.M.C.; BORGES, C.V.; TREMBLAY, D.G. Empreendedorismo Internacional nas incubadoras: perspectivas e desafios. **Revista de Negócios**, Blumenau, v.10, n.2, p.76-87, 2005.
- BARBOSA, S. L.; REZENDE, S. F. L.; VERSIANI, A. F. Relationships and knowledge in the firm internationalization process. **Revista de Administração**, São Paulo, v.49, n.1, p.129-140, março, 2014.
- BERGER, A.N.; SCOOT FRAME, W. Small Business Credit Scoring and Credit Availability. **Journal of Small Business Management**, Milwaukee, v. 45, n. 1., 2007.
- BINKS, M.; ENNEW, C.; MOWLAH, A. The relationship between private businesses and their banks. **The International Journal of Bank Marketing**, Bradford, v. 24, n. 5, p. 346, 2006.
- BOOT, A. W. A. Relationship Banking: What Do We Know? **Journal of Financial Intermediation**, vol.9, issue 1, p.7-25, 2000.
- BROUTERS, L. E.; NAKOS, G.; HADJIMARCOU, J.; BROUTERS, K. Key Factors for Successful Export Performance for Small Firms. **Journal of International Marketing**, vol. 17, issue 3, p.21-38, 2009.
- CARVALHO, H. R.; GOMES, M. F. M.; LIMA, J. E. Pequenas e médias empresas exportadoras: fatores discriminantes e condicionantes de permanência na atividade. **Nova Economia**, Belo Horizonte, v.22, n.2, p.379-404, 2012.
- CHAKRABORTY, A.; MALLICK, R. Credit Gap in Small Businesses: Some New Evidence. **International Journal of Business**, Fresno, v. 17, n. 1, p. 65-80, 2012.

- CHIARA, A.; MINGUZZI, A. Success Factors in SMEs' Internationalization Processes: An Italian Investigation. **Journal of Small Business Management**, v.40, n.2, 2002.
- COELHO, D. B.; OLIVEIRA JUNIOR, M. M. A internacionalização de empresas na agenda governamental contemporânea de desenvolvimento: reflexões críticas e analíticas para os negócios internacionais. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 14, n. spe, p. 527-550, 2016. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512016000700527&lng=en&nrm=iso
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI. Catálogo de Exportadores Brasileiros. Disponível em <http://www.brazil4export.com>.
- CRICK, D. The internationalisation of born global and international new venture SMEs. **International Marketing Review**, London, v. 26, n. 4, p. 453-476, 2009.
- DOMINGUES, C.R.; BUENO, J. M. Estratégias de Internacionalização de Empresas Emergentes: Um Estudo Comparativo de Casos Brasileiros. **Anais do XXXV EnANPAD**, Rio de Janeiro, 2011.
- DURKIN, M.; MCGOWAN, P.; BABB, C. Banking support for entrepreneurial new venturers. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Bradford, v. 20, n. 2, p. 420-433, 2013.
- FLORIANI, D. E.; FLEURY, M. T. L. O Efeito do Grau de Internacionalização nas Competências Internacionais e no Desempenho Financeiro da PME Brasileira. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 16, n. 3, p. 438-458, 2012.
- FREITAS, E.M.; RUPOLO, M.; OLIVEIRA, B.R.B. Processo de Internacionalização de uma Empresa do Vale do São Francisco: Influência dos Agentes Externos e das Escolhas Gerenciais. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais**, v.9, n.1, p.40-60, 2014.
- GALETTI, J.; HIRATUKA, C. Financiamento às exportações: uma avaliação dos impactos dos programas públicos brasileiros. **Revista de Economia Contemporânea**, v.17, n.3, p.494-516, 2013.
- JAMES, R.B.; LIN, D.; YOST, K. Small and Medium Enterprise Financing in Transition Economies. **Atlantic Economic Journal**, Edwardsville, v. 39, n. 1, p. 19-38, 2011.
- JOHANSON, J.; VAHLNE, J. The internationalization process of the firm - A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of International Business Studies** (pre-1986), Atlanta, v. 8, n. 1, p. 23, 1977.
- JOHANSON, J.; VAHLNE, J. The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. **Journal of International Business Studies**, Basingstoke, v. 40, n. 9, p. 1411-1431, 2009.
- LEITE, Y. V. P.; MORAES, W. F. A. Facetas do risco no empreendedorismo internacional. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 18, n. 1, 2014.
- LINDSTRAND, A. **The usefulness of network experimental knowledge in the internationalization process**. Tese de Doutorado. Uppsala University, Department of Business Studies, 2003, 178 p.
- LINDSTRAND, A.; LINDBERGH, J. SMEs' dependency on banks during international expansion. **The International Journal of Bank Marketing**, Bradford, v. 29, n. 1, p. 65-83, 2011.
- LUCATO, W., VIEIRA JR, M. As dificuldades de capitalização das pequenas e médias empresas brasileiras. **Produção**, v. 16, n. 1, p. 024-033, 2006.
- MARJENE, R.G.; REGRETTABLE, S.A. Social interactions and access to credit: the case of Tunisian SMEs. **Journal of Business Studies Quarterly**, Antioch, v. 4, n. 4, p. 153-165, 2013.
- MATIAS, M.N. O relacionamento bancário e o financiamento das PME: uma revisão da literatura. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, v.8, n.1, pp. 21- 31, 2009.

MDIC - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Empresas brasileiras exportadoras e importadoras. Disponível em <http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=603>.

MDIC - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Exportações por porte de empresas. Disponível em <http://www.mdic.gov.br/comercio-externo/estatisticas-de-comercio-externo/outras-estatisticas-de-comercio-externo>.

NOGUEIRA, M. O. Uma análise contextual das políticas públicas voltadas para as empresas de pequeno porte no Brasil. Brasília: **Ipea**, 2016 (Texto para Discussão, n. 2233).

RIDING, A.; ORSER, B. J.; SPENCE, M.; BELANGER, B. Financing new venture exporters. **Small Business Economics**, Dordrecht, v. 38, n. 2, p. 147-163, 2012.

SANCHES, C; MEIRELES, M.; DE SORDI J. O. Análise Qualitativa Por Meio da Lógica Paraconsistente: Método de Interpretação e Síntese de Informação obtida por Escalas Likert. **Anais do III Encontro de ensino e pesquisa em Administração e Contabilidade (EnEPQ)**, João Pessoa, PB, 2011.

SCARPI, M.J. **Administração em Saúde**. Rio de Janeiro: DOC, 2010

SEGALIS, G.; GUEDES, A.L.M. Internacionalização de empresas familiares de pequeno e médio porte. **Revista ADM.MADE**, Rio de Janeiro, ano 12, v. 16, n. 3, p. 103-124, 2012.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira. Brasília, 2014.

SILVA, I. M.; CHAGAS, A. C. C.; SIQUEIRA, S. V. Características de empreendedorismo internacional no processo de internacionalização: um estudo de caso na empresa Menendez & Amerino. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 107-136, 2012.

SILVA, R.C.M.; CHAUVEL, M. A.; BERTRAND, H. Internacionalização de pequenas empresas: um estudo de caso com uma empresa brasileira de tecnologia. **Gestão e Regionalidade**, v.26. n.76, 2010.

SILVER, L.; VEGHOLM, F. The dyadic bank-SME relationship. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Bradford, v. 16, n. 4, p. 615-627, 2009.

SOUZA, I. R.; FLORIANI, D. E.; LOPES, G. S. C. Incentivos financeiros para a exportação: um estudo acerca das PMEs catarinenses. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, São Paulo, v.6, n.1, p. 99-124, 2011.

STAL, E. Multinacionais brasileiras: o papel da tecnologia na conquista do mercado externo. **Revista de Ciências da Administração**, v.7, n.14, p.227-247, 2005.

VAHLNE, J; JOHANSON, J. The uppsala model on evolution of the multinational business enterprise from internalization to coordination of networks. **International Marketing Review**, v.30, n.3, p. 189-210, 2013.

VERSIANI, Â. F.; LOUREIRO REZENDE, S. F. Revisitando a pesquisa sobre exportação: a contribuição do enfoque das trajetórias. **Revista de Administração**, v.44, n.3, p.236-249, 2009.

VIANNA, N.W.H.; MELO, P.L.R.; RYNGELBLUM, A.L. Processo decisório na internacionalização de redes de franquias brasileiras. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais**, v.9, n.1, p.101-118, 2014.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASHI, A. R. W. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos EBAPE.BR**, v.9, ed. especial, p.564-585, 2011.

ZINELDIN, M. Bank-company interactions and relationships: some empirical evidence. **International Journal of Bank Marketing**, v. 13 n. 2, pp. 30-40, 1995.

ZUBELDIA, A.M.; LERTXUNDI, A.; IBÁÑEZ, J.G. La crisis financiera, el racionamiento de crédito y la relación bancaria de las PYME en España. **Global Conference on Business & Finance Proceedings**, Hilo, v. 7, n. 1, p. 1268-1273, 2012.

ZUCATTO, L.; FERASSO, M.; EVANGELISTA, M. A importância das exportações para o desenvolvimento local da fronteira Noroeste do Rio Grande do Sul e do Extremo-Oeste de Santa Catarina. **Rev. Portuguesa e Brasileira de Gestão**, v. 9, n.1-2, 2010.