



CONTRIBUCIONES A LAS CIENCIAS SOCIALES

latindex  IDEAS EconPapers DOAJ  Dialnet

O COMPORTAMENTO DOS EXPORTADORES BRASILEIROS 1995-2015

Celso Jacobavicius¹

Faculdade de Tecnologia de São Paulo / Centro Paula Souza (FATEC)
e-mail: jacobavicius@uol.com.br

Marcelo Rabelo Henrique²

Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)
e-mail: marcelo@mrhenriqueconsult.com.br

Andrea Cavalcante de Carvalho³

Universidade Presbiteriana Mackenzie (MACKENZIE)
e-mail: andreacdec@gmail.com

Antonio Saporito⁴

Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)
e-mail: profantoniosaporito@gmail.com

Wendell Alves Soares⁵

Escola Superior de Administração e Gestão Strongs (ESAGS)
e-mail: wendellconsult@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Celso Jacobavicius, Marcelo Rabelo Henrique, Andrea Cavalcante de Carvalho, Antonio Saporito y Wendell Alves Soares: "O comportamento dos exportadores brasileiros 1995-2015", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (Vol 1, Nº 5 mayo 2021, pp. 77-95). En línea:

<https://www.eumed.net/es/revistas/contribuciones-ciencias-sociales/mayo-2021/exportadores-brasileiros>

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo central avaliar o perfil do exportador brasileiro no intervalo de 1995/2015, assim sendo apresenta estudo teórico com a apresentação dos principais autores que trataram das relações econômicas da exportação, tanto livros como trabalhos científicos para indicar fatores que norteiam o exportador, as influências e as barreiras do seu desenvolvimento, também se utiliza de base de dados deste período, tratados estatisticamente. O trabalho também conta com análise quantitativa através de um *Survey* baseado no AIBS (*Australia's International Business Survey*) que foi adaptado, testado e aplicado ao longo do ano de 2017 para 44 empresários do ramo

¹ Doutor em Administração de Negócios pela ESEADE; mestre em Administração pela USCS; Pós graduado em Engenharia de produção pela USJT; graduado em Mecânica na FATEC SP; graduado em didática do ensino pela USC. Professor titular na FATEC ZL. e-mail: jacobavicius@uol.com.br

² Doutorando em Controladoria pelo Mackenzie; Doutor em Administração de Negócios pela ESEADE; Mestre em Ciências Contábeis pela FECAP; MBA em Gestão pela FGV; Pós-Graduado em Avaliações Periciais pela FECAP; Graduação em Ciências Contábeis pela UniBrasil; Professor do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de São Paulo. e-mail: marcelo@mrhenriqueconsult.com.br

³ Mestranda em Administração de Empresas pela Mackenzie; Post-MBA em Governança Corporativa e Compliance pela FGV SP; Especialização em Banking pela Mackenzie; Graduação em Administração de Empresas pela Universidade Cidade de São Paulo; Consultora Administrativa da More Money Transfers Brasil. e-mail: andreacdec@hotmail.com

⁴ Doutor em Contabilidade e Controladoria pela FEA/USP; Mestre em Contabilidade e Controladoria pela FEA USP; Graduação em Administração pela USP; Professor do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de São Paulo. e-mail: profantoniosaporito@gmail.com

⁵ Mestre em Administração de Empresas pela FMU; MBA em Controladoria pela Uninove; Especialização em Docência Universitária pela Uninove; Graduado em Administração de Empresas pela Uninove; Graduado em Ciências Contábeis pela Uninove; Professor do Curso de Ciências Contábeis da Esags/Strong. e-mail: wendellconsult@gmail.com

da Indústria com atividades exportadoras. A pesquisa atingiu o objetivo geral que foi avaliar o perfil do exportador brasileiro nos últimos 20 anos, sem que houvesse uma análise econômica mais profunda através de métodos econométricos dos mais variados. O *Survey* Australiano utilizado desde 2014 tinha como métrica a análise de fatores externos dividido em diferentes áreas, porém, o que seu viú nos resultados demonstrou que as barreiras para a internacionalização do negócios não são estas e sim dificuldades por parte do Estado e alto índice burocrático que norteiam estes negócios, comprovando assim a hipótese de um comportamento comum entre os exportadores pesquisados e validando o método de pesquisa, a grande limitação da pesquisa está no número de empresas que no país de origem se aproxima de 600 e sendo assim, o aumento do número de empresas pesquisadas é uma proposta para pesquisas futuras.

Palavras-chave: Perfil Profissional, Empresário Exportador Brasileiro, Relações Econômicas.

THE BEHAVIOR OF BRAZILIAN EXPORTERS 1995-2015

ABSTRACT

This research has as main objective to evaluate the profile of the Brazilian exporter in the 1995/2015 interval, thus presenting a theoretical study with the presentation of the main authors who dealt with the economic relations of export, both books and scientific works to indicate factors that guide the exporter, the influences and the barriers of its development, it is also used of data of this period, treated statistically. The work also includes quantitative analysis through a Survey based on the AIBS (Australia's International Business Survey) that was adapted, tested and applied throughout 2017 for 44 entrepreneurs in the industry with export activities. The research reached the general objective, which was to evaluate the profile of the Brazilian exporter in the last 20 years, without there being a deeper economic analysis through econometric methods of the most varied. The Australian Survey used since 2014 had as a metric the analysis of external factors divided into different areas, however, what he saw in the results showed that the barriers to the internationalization of business are not these, but difficulties on the part of the State and a high bureaucratic index that guide these businesses, thus proving the hypothesis of a common behavior among the exporters surveyed and validating the research method, the major limitation of the research is in the number of companies that in the country of origin approaches 600 and, thus, the increase in the number of companies surveyed is a proposal for future research.

Palavras-chave: Professional Profile, Brazilian Exporting Entrepreneur, Economic Relations.

EL COMPORTAMIENTO DE LOS EXPORTADORES BRASILEÑOS 1995-2015

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal evaluar el perfil del exportador brasileño en el intervalo 1995/2015, presentando así un estudio teórico con la presentación de los principales autores que abordaron las relaciones económicas de la exportación, tanto libros como trabajos científicos para indicar factores que orientan al exportador. Las influencias y las barreras de su

desarrollo, también se utiliza de datos de este período, tratados estadísticamente. El trabajo también incluye análisis cuantitativo a través de una Encuesta basada en la AIBS (Encuesta de Negocios Internacionales de Australia) que fue adaptada, probada y aplicada a lo largo de 2017 para 44 emprendedores de la industria con actividades de exportación. La investigación alcanzó el objetivo general, que era evaluar el perfil del exportador brasileño en los últimos 20 años, sin que exista un análisis económico más profundo a través de métodos econométricos de los más variados. La Encuesta Australiano utilizada desde 2014 tuvo como métrica el análisis de factores externos divididos en diferentes áreas, sin embargo, lo que se vio en los resultados mostró que las barreras para la internacionalización de los negocios no son estas, sino dificultades por parte del Estado y un alto índice burocrático. Que orientan estos negocios, probando así la hipótesis de un comportamiento común entre los exportadores encuestados y validando el método de investigación, la mayor limitación de la investigación está en el número de empresas que en el país de origen se acerca a 600 y, por ende, el incremento en el número de empresas encuestadas es una propuesta para futuras investigaciones.

Palavras-chave: Perfil profesional, Emprendedor Exportador Brasileño, Relaciones Económicas.

1 Introdução

Pode ser postulado que as grandes empresas brasileiras têm concentrado suas energias na geração de bens protegidos de setores econômicos da concorrência estrangeira e esta tem sido uma consequência do aumento das barreiras ao comércio internacional começou a meados do século passado (Era Vargas) e manteve-se ao longo de décadas. O resultado foi empresas isoladas da concorrência estrangeira, resultado de produção a preços elevados gerando por um lado alta lucratividade e por outro lado não perdendo forças competitivas para as exportações. Não é de surpreender, neste contexto, que quase não há empresas multinacionais para atuar no mercado global. A alta volatilidade da taxa de câmbio também ataca a integração econômica global para criar condições difíceis para o desenvolvimento de redes de comércio exterior em geral, exigindo valores de câmbio que muitas vezes não são possíveis dadas as mudanças de valor da moeda local gerando impedimento desses negócios.

Outro fator que afeta o comportamento das empresas tem sido o desenvolvimento financeiro gerado pela inflação alta, também iniciado em meados do século XX. As mudanças violentas do nível geral de preços causaram fortes variações das taxas de juros reais e aumentou o risco de ambos, tanto para os devedores como para os credores.

Os empréstimos de longo prazo viram-se concentrado principalmente nas mãos de instituições públicas e entidades privadas, os bancos não conseguiram fornecer fundos sem enfrentar o risco de grandes perdas. Diante disso e de uma grave crise econômica, houve um racionamento de empréstimos públicos subsidiados o que prejudicou a alocação eficiente de recursos. Este regime fez com que as empresas ligadas ao governo cresçam muito mais facilmente de que o resto. Além disso, obtenção de financiamento por emissão de títulos tem sido insignificante, enquanto que a emissão de dívida corporativa foi possível apenas quando os ganhos potenciais forem muito altos.

A forte intervenção estatal e de ação no domínio das infraestruturas e serviços têm gerado um conjunto de grandes empresas privadas fornecedoras. Estas entidades têm contado com contratos com o Estado para a sobrevivência, produzindo um forte fenômeno da corrupção na busca para garantir o sucesso em concursos públicos e a consequente recuperação do dinheiro devido pelo governo.

As regras que enfrentam os empresários têm sido frequentemente alteradas, gerando incerteza. Não é de surpreender, neste contexto, o empreendedorismo brasileiro ter dependência e ação pública, este não sendo nem um forte defensor do livre mercado. Isso tem gerado uma cultura intervencionista e estatizante também se reflete na opinião pública e os pontos de vista políticos.

Tendências de aumento do protecionismo e isolamento econômico, a intervenção do Estado, a instabilidade macroeconômica e o comportamento rentista não pertence a Argentina e ao Brasil. A maioria dos países seguiram caminhos semelhantes em diferentes graus. Mas ao contrário de outros países alguns dos fatores acima parecem ter atingido valores máximos, pelo menos no caso do Brasil.

O perfil do exportador brasileiro seja talvez o resultado deste cenário, com tendências de exportações impostas por pressões governamentais que assim moldam este empresário, para exemplificar, quando se nota ou não a pressão por desenvolvimento tecnológico ou o incremento da indústria, ou se o país se vê de volta as suas origens de sua colonização, um produtor de *commodities* e um país agrário que comercializa para outros países o resultado deste contexto, e assim se resulta o exportador brasileiro, ou se não, mesmo a duras penas, contra barreiras e dificuldades já relatadas, o exportador brasileiro é um resultado diferente do imposto.

Diante do exposto, questiona-se: seria possível uma pesquisa qualitativa apontar a opinião do empresário exportador brasileiro?

Este trabalho de pesquisa procura analisar tanto os fatores geradores de ineficiência no desempenho dos negócios em relação a um conjunto de grandes países latino-americanos, neste caso específico o Brasil, com o objetivo de avaliar o comportamento e as ações dos empresários exportadores industriais e de serviços para o período 1995-2015. O estudo busca através de uma pesquisa realizada com exportadores brasileiros que conhecem tanto as estratégias, como as oportunidades e as restrições com que se enfrentam.

A expectativa desta pesquisa é oferecer estudos para o entendimento das influências externas e internas para o atual perfil do exportador brasileiro que enfrenta dificuldades para sem paralelos para a retomada de crescimento.

Diante de um quadro de instabilidade econômica e política, que vive o país, valorizar nosso canal de exportação de forma a escoar nossos produtos de forma mais lucrativa e efetiva é imprescindível. Retratar os acontecimentos dos últimos anos de forma a entender os pontos fortes e fracos dos acontecidos, na visão de personalidades renomadas de forma a observar o ponto de vista acadêmico da evolução econômica nacional, e ainda pormenorizar os dados econômicos relevantes da exportação brasileira de forma a possibilitar a indução de dados futuros relevantes para economia, finalmente, relatar a percepção dos profissionais que atuam na exportação nacional, a fim de avaliar

se os valores econômicos históricos, a visão da intelectualidade quanto ao caminho da economia e a opinião dos respondentes convergem para um norte comum.

A pesquisa seguirá uma triangulação, primeiro com histórico de escritores e de dados apresentados no intervalo de 1995-2015, depois com a aplicação de uma pesquisa, um Survey baseado no método australiano um Survey baseado no AIBS (*Australia's International Business Survey*), e finalmente comparar estes três pontos e consolidar um perfil atual do exportador brasileiro.

Objetivo Geral

O objetivo é avaliar o comportamento e as ações dos empresários exportadores industriais e de serviços para o período 1995-2015.

Objetivos Específicos

O estudo busca através de uma pesquisa realizada com exportadores brasileiros que conhecem tanto as estratégias, como as oportunidades e as restrições com que se enfrentam, estabelecer um marco teórico dos últimos 20 anos da economia brasileira, buscando apresentar a opinião de estudiosos da área e apresentar dados sobre a exportação e suas dificuldades de alavancagem.

Comparar os dados encontrados e comparar com a mesma pesquisa realizada na Austrália e ainda, comparar com a opinião de escritores ao longo do período pesquisado.

Hipóteses

H0 - Não existe um comportamento comum dos empresários dos vários setores do país.

H1 - Existe um comportamento comum dos empresários para cada setor econômico do país.

H2 - Existe um comportamento comum para os empresários do país.

H3 - O comportamento empresarial é influenciado por conjunturas econômicas internas e externas tanto da economia como política.

2 Revisão de Literatura

Este tópico pretende apresentar as dificuldades de alavancagem da exportação brasileira ao longo dos últimos 20 anos, através de estudos realizados neste período e através de dados estatísticos deste mesmo período, permitindo assim criar um paralelo entre a literatura e à opinião dos respondentes da pesquisa, apresentados no capítulo destinado aos respondentes do *survey* proposto.

2.1 Razões para levar uma Empresa Nacional ao Mercado Internacional

Sem o objetivo de explorar a fundo o assunto, pois não se trata do objeto central desta pesquisa, segue uma introdução para a fundamentação teórica e apresentar a motivação apresentada por um empresário para internacionalizar sua empresa, mesmo frente aos riscos da incerteza e das diferenças comerciais de outras culturas, segundo a revisão bibliográfica.

De forma resumida, existem três principais teorias para a internacionalização:

A Teoria da Internacionalização, a primeira por Coase (1937) em *The Nature of Firm* que define de forma primária à Firma e que foi posteriormente desenvolvida por Williamson (1985) que sintetiza sua proposta e de outros autores, e trata dos custos de transação, quando uma empresa apresenta baixos custos de produção se mantém produtora, mas se seus custos são elevados ela terceiriza sua produção, seguiram depois deste seu estudo, outros autores sobre a motivação para

empresas comercializarem com outros países, mas se os custos de produção, conhecimento, serviços e distribuição forem maiores, então a empresa permanecerá no mercado interno, sem deixar de citar os riscos da internacionalização que podem ocasionar perda de conhecimento tecnológico em caso de países com ineficiência de seus controles legais.

A segunda o modelo de Processo de Internacionalização de Uppsala que foi proposto por Johanson e Vahlne (1977) consiste de dois fatores, ambos que tratam do comportamento do empresário, o primeiro diz que a entrada em mercados estrangeiros é feita de forma gradual, diminuindo os riscos frente às incertezas do novo mercado, o outro fator diz respeito ao que os autores chamaram de distância psíquica, explicando, quanto maior a distância cultural das duas nações, mais lentamente será, se for válida ao mercado nacional, isso indica que o Brasil tem facilidade e maior rapidez de entrada no mercado vizinho, por exemplo países do MERCOSUL.

A terceira proposta: O Paradigma Eclético de Dunning.

Sendo por estas iniciais também tratado de paradigma de OLI, Dunning (1980) apresentou inicialmente o paradigma Eclético que foi batizado com seu nome, posteriormente, Dunning (1988) procurou novamente especificar as razões de empresas em mercados externos, O paradigma eclético está sustentado em três fatores:

A vantagem específica da propriedade das firmas no exterior (*ownership advantages*) que apresenta vantagens para empresas que por seu conhecimento específico no ramo em que atua, ou por deter conhecimento único, levam vantagens em outros mercados, no caso brasileiro, existem empresas como por exemplo blindagem de veículos e construção civil que por sua qualidade, rapidez e baixo custo, viabilizam à exportação destes serviços.

A atratividade da localização da produção no exterior (*location advantages*) quando a empresa se apresenta melhor localizada que outras, fora de seu país, e assim tem vantagens competitiva em outros mercados, o exportador do agronegócio brasileiro entende muito bem isso, enquanto que muitos precisam importar mercadorias pois não temos vantagens e compramos de outras nações produtos de nossa necessidade.

A propensão natural a internalizar mercados (*internalization advantages*) que aponta para facilidade de empresas em mercados falhos ou ineficientes, apresentando assim ganhos em suas estratégias competitivas, um exemplo pode ser visto durante esta pesquisa, quando no governo Lula, o Brasil aumentou substancialmente suas exportações pois mudou sua matriz de grandes nações para nações emergentes e que será melhor esclarecido a diante.

Este tópico toma como pressuposto que as empresas são criadas em seu país e por diversas forças, realiza seus negócios para regiões além de suas fronteiras atrás de ganhos estratégicos, formando assim o conceito de internacionalização de firma.

Estas três teorias, podem ser consideradas complementares, mas não convergentes, pois não tem um eixo comum em suas proposições, e são propostas globais, genéricas para todos os mercados, quando talvez, cada nação tenha sua particularidade em suas razões para exportar.

De forma análoga, também foi apresentada uma proposta por Ferdows (1997), segundo o autor, que não tratou do assunto exportação, mas da internacionalização de empresas, muitos procuram em suas ações internacionais ganhos como se beneficiar apenas de concessões tarifárias

e comerciais, mão de obra barata, subsídios de capital e custos de logística reduzidos, se beneficiando de forma marginal dos ganhos totais possíveis, apresentou uma lista de possíveis fatores, classificando-os dos mais facilmente medidos aos mais subjetivos:

Figura 1

Fatores Motivadores da Internacionalização

Mais tangível  Mais intangível	Redução de custos diretos e indiretos Redução de custos de capital Redução de impostos Redução de custos logísticos Sobrepôr barreiras tarifárias Prover melhores serviços aos clientes Diversificar riscos de câmbio Ter fontes alternativas de recursos Antecipar-se a competidores potenciais Aprender com fornecedores estrangeiros Aprender com clientes estrangeiros Aprender com concorrentes Aprender com centros de excelência estrangeiros Atrair talentos globalmente
---	--

Fonte: Ferdows (1997).

Outra pesquisa apresentada por Rocha (2002) em seu livro sobre A Internacionalização das Empresas Brasileiras apresenta outra perspectiva da atratividade oferecida pelas relações internacionais: a-) Aproveitar-se de incentivos governamentais; b-) Escoar excedentes da produção nacional; c-) Obter maiores margens; d-) Melhorar a imagem do produto no mercado doméstico; e-) Diversificar os mercados de atuação; f-) Melhorar a competitividade da firma.

Ainda procurando por outros estudos nacionais, uma nova pesquisa realizada no ano de 2005 com objetivo de pesquisar os motivos que micro e pequenas empresas (MPE) partem para além das fronteiras brasileiras, à base do estudo foi apresentada pelo INSTITUTO DOM CABRAL em 1996 que apresentou à principais razões para o risco na exportação, podendo então tratar de razões regionais para o comportamento exportador, neste estudo foram apontados os fatores listados a seguir: a-) Penetração em outros mercados; b-) Aquisição de conhecimento gerencial e operacional; c-) Aquisição de tecnologia; d-) Necessidade de estar mais próximo aos clientes; e-) Sobrepôr barreiras tarifárias e não-tarifárias; f-) Agir antes dos concorrentes; g-) Estar próximo de fontes financeiras; h-) Mão de obra mais barata; i-) Acesso mais fácil à matéria-prima e a outros recursos; j-) Melhor possibilidade de realizar parcerias; l-) Beneficiar-se de redução em impostos, incentivos e subsídios governamentais; m-) Vender o excedente da produção nacional; n-) Melhorar a qualidade e eficiência dos produtos.

Com base nos estudos apresentados a motivação para exportar vem de ganhos financeiros provenientes desta nova linha de comércio através da diversificação de riscos de câmbio, da

obtenção de maiores margens de lucro em mercados externos através das diferenças de câmbio e da redução de custos de capital através do aumento do volume de vendas. Os fatores do aprendizado que possa oferecer aprendizado com centros de excelência estrangeiros com clientes, concorrentes, fornecedores e de troca de tecnologias.

A empresa pode ter vantagens no mercado com o aumento de vendas e melhor imagem interna da empresa, ganhos nos padrões de qualidade, a produção pode ter aumento ou ainda, permitir a venda de excedentes. Com referência ao mercado Global, a empresa pode gerar novas parcerias, se antecipar aos seus concorrentes e manter relações de maior amplitude em seu mercado de atuação (Ruiz, 2005 p. 24).

Apresentadas algumas das possíveis razões do brasileiro partir para mercados externos, este tópico parte para o sentido contrário, quando investidores estrangeiros investem no país, a importância deste estudo está baseada no volume de investimentos que para o serem acima de cinquenta bilhões de dólares, impulsionam no crescimento e fortalecem a econômica, influenciando os resultados de nossas exportações.

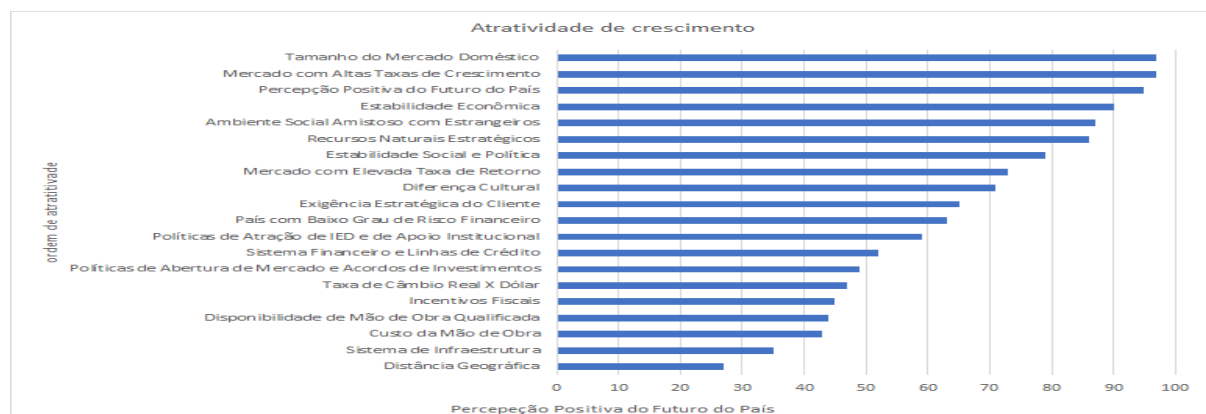
Os resultados desta pesquisa, foram analisados e indicados de forma resumida no gráfico 1, os fatores de atratividade elevadíssima, ou seja, acima de 75% foram os relacionados ao cenário do Brasil aos olhos do mercado externo e forma mercado com altas taxas de crescimento, tamanho do mercado doméstico e percepção positiva do futuro do país, então são analisados os pontos de maior impacto para a atratividade nacional.

Seguindo este critério proposto por Cunha Junior (2012) os pontos mais importantes para incentivar investimentos externos e permitir o crescimento do mercado de um país são, o tamanho do mercado doméstico, mercado com altas taxas de crescimento e percepção positiva do futuro do País e estabilidade econômica, somando mais de 29% das indicações da pesquisa, sendo assim, segue uma análise destes quatro itens.

Este estudo se justifica, pois, um mercado interno fortalecido pode criar bases para a alavancagem das exportações como apresentado no início do tópico, relacionando as três principais teorias de internacionalização.

Gráfico 1

Resumo dos indicadores de atratividade IED



Fonte: Cunha Junior (2012) adaptado pelo autor

O gráfico 1 apresenta os indicadores da proposta de Cunha Junior (2012) para avaliação da atratividade brasileira de capital exterior, sem o qual, o desenvolvimento nacional teria um cenário de maiores dificuldades de crescimento, para avaliação final deste tema, no intuito de apresentar os valores investidos no país no período de 1995 até 2015, são avaliados os valores de IDP conforme a definição do Banco Central.

O conceito de investimento direto no país registra os fluxos financeiros de passivos emitidos por residentes brasileiros para credores não residentes, nos quais os agentes institucionais possuem uma relação de controle ou forte poder de influência entre si. Divide-se em dois instrumentos principais: participação no capital e operações Inter companhia. Participação no capital considera as entradas de recursos em moeda ou bens relativos à aquisição/subscrição/aumento total ou parcial do capital social de empresas residentes. As amortizações referem-se ao retorno derivados da alienação total ou parcial do capital social de empresas residentes e dos ganhos de capital relativos a essa alienação. Esta subconta é dividida em participação no capital, exceto lucros reinvestidos e lucros reinvestidos.

Os investimentos externos foram caracterizados principalmente pelos bens e serviços, mais especificamente telecomunicações, seguida de comércio e serviços de eletricidade. A tabela 1 com valores expressos em milhões de dólares, nota-se que os maiores investidores no Brasil: EUA, Luxemburgo, Ilhas Virgens, Países baixos e França somam 75% do total dos investimentos e que quando calculada a correlação de Pearson dos valores de IED ao longo do período, estes países apresentam uma correlação maior de 65% enquanto os países com histórico de baixos investimentos não apresentam correlação expressiva, ou até correlação negativa.

Tabela 1

Regressos de investimentos diretos no país

Ano	Agricultura, pecuária e extrativa mineral	Indústria	Serviços	Total
2006	1 542	8 462	12 765	22 769
2007	4 751	13 481	16 103	34 335
2008	12 995	14 013	17 449	44 457
2009	4 597	13 481	13 601	31 679
2010	16 261	21 273	14 702	52 583
2011	10 297	26 837	31 987	69 530
2012	6 528	22 206	31 444	60 543
2013	9 990	15 218	23 880	49 345
2014	5 621	16 922	33 357	56 099
2015	8 310	20 967	28 628	58 126

Fonte: adaptado pelo autor de IPEADATA (2017)

E representada por meio do Gráfico 2, como se nota, o ano de 2009 representa uma quebra, esta situação será notada em todos os gráficos apresentados nesta pesquisa e se justifica pela crise mundial ocorrida.

Gráfico 2*Regressos de investimentos diretos no país**Fonte: adaptado pelo autor de IPEADATA (2017)*

Sendo o maior investidor os estados unidos, mas para contextualizar a pesquisa apresentada neste tópico, a série apresenta um aumento constante do IED, tomemos os anos de 2011 e 2012, com os maiores valores de entrada de capital na série apresentada, de U\$ 69 e U\$ 60 bilhões respectivamente, depois resultados ruins após a crise, o Brasil apresentou todos os principais fatores citados na figura 02, atestando que país que cresce e tem estrutura sólida atrai investidores, em seguida, o Brasil entra em uma crise política e econômica que deixa o cenário pouco atrativo para os investidores externos.

Gráfico 3*Regressos de investimentos diretos no país EUA**Fonte: adaptado pelo autor de IPEADATA (2017)*

Os dados apresentados no gráfico 3 apresenta uma linha de tendência linear que, excluído o período de 2012 com um aporte de investimento maior frente a tendência apresentada, apresenta uma correlação de Pearson de mais de 70% de continuidade de investimentos americanos no Brasil, o que é um aspecto positivos que fortalece os resultados da produtividade nacional.

Este tópico pretendeu apresentar estudos sobre motivos que levam brasileiros a procurar mercados externos e estrangeiros e os motivos que os atraem a investir no Brasil, conclui-se que no primeiro caso, os brasileiros procuram internacionalmente, melhorar seus resultados internos, maximizando seus ganhos em detrimento dos riscos envolvidos, já os investidores estrangeiros, procuram um país com grande mercado crescente e uma situação política e econômica estáveis. A realidade brasileira de crise promove o crescimento de exportadores ou brasileiros que procuram instalar filiais em outros países, esta mesma crise afugenta os investidores estrangeiros que diminuem os volumes de capital em nosso país.

3 Método De Pesquisa

Este tópico se presta a apresentar as etapas da pesquisa e suas divisões até seu resultado final, iniciando pela etapa exploratória, pois pretende proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses.

3.1 Quanto à Abordagem

Seguindo a metodologia apresentada por Gil (2002) que subdivide os passos metodológicos, como dispostos a seguir:

3.1.1 Tipo de Pesquisa

Caracteriza-se como exploratória pois têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado, como na maioria dos casos, esta pesquisa irá se dividir inicialmente em levantamento bibliográfico e em uma etapa de entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado, culminando com a análise de exemplos que "estimulem a compreensão" (Selltiz et al, 1974, p. 63).

3.1.2 População e Amostra

O universo a ser estudado são os exportadores brasileiros e a extensão da amostra de acordo com a acessibilidade do pesquisador, através do envio via internet dos questionários e de mesmo modo serão selecionados estes respondentes.

3.1.3 Coleta de Dados

A ideia é propor uma dialética à partir dos estudos secundários e apresentar uma revisão das propostas da literatura para a formação do exportador brasileiro como ele é atualmente apresentando um estudo exploratório, em seguida o estudo com dados estatísticos dos últimos 20 anos do mercado exportador brasileiro e quando possível oferecer análise das tendências destes dados, sendo assim um estudo quantitativo e após aplicar um *survey* baseado na pesquisa *Australia's International Business Survey: 2015 Report* em sua segunda edição, realizado pelo governos australiano através da universidade de Sidney.

3.1.4 Análise dos Dados

Após a etapa inicial de pesquisa de dados secundários, através de livros, revistas científicas e sites especializados, será utilizado um *survey* para que respondentes que atuam no ramo da exportação, Gil (2002) aponta para os riscos de uma análise equivocada deste instrumento de pesquisa, tomando como verdade respostas que em verdade, são apenas destes respondentes que por si só, podem alterar suas opiniões.

3.2 Etapas do Levantamento

À pesquisa qualitativa será através da aplicação de um *Survey*, segundo Babbie (2001) as características gerais da pesquisa de *survey*:

A escolha do uso do *survey* se baseia na facilidade da aplicação do pensamento lógico, de postura determinística no estudo do assunto, se a amostra realizada puder se expandir, o *survey*

permitirá o aumento deste universo através de sua aplicação. Esta aplicação pode inclusive fundamentar a natureza das respostas, quando aplicada em diferentes grupos.

O *survey* permite a medição dos resultados e se os tópicos e suas questões estiverem corretos, será possível estabelecer correlação entre os dados. Sem deixar de considerar a dificuldade de trazer uma opinião sem a influência do pesquisador, desde sua simples presença até forma de suas perguntas.

3.3 Elaboração e Validação de Instrumento de Coleta

O método de pesquisa foi elaborado a partir da análise quantitativa e em seguida apresentou-se um método comparativo através de pesquisa qualitativa, baseada em um *survey*, a versão final que foi a base da pesquisa qualitativa foi um *survey* que foi criado através da tradução dos 108 itens de avaliação apresentados no relatório *Australia's International Business Survey 2015* que foi por sua vez, a segunda versão realizada pela universidade de Sidney na Austrália. Após esta etapa inicial as questões foram ajustadas em um formato de questionário eletrônico e foram realizados pré-testes para seu ajuste através de seu envio pela internet, esta versão, no entanto não falhou somente em erros ortográficos e questões repetitivas, mas estava longo de mais, esse problema se concretizou quando o pesquisador partiu para a procura de respondentes e notou forte resistência a colaboração.

A etapa seguinte consistiu em revisão dos tópicos, a etapa inicial de tradução e adaptação do método resultou em um questionário que tomava em média 35 minutos do respondente, através de dois testes realizados e descartados de dois exportadores, este modelo foi aplicado então a 17 exportadores mas a extensão do questionário o deixava inviável, prova disso foi a dificuldade de respondentes, sem perder conteúdo, as questões foram remanejadas e reformulação do modo de como eram feitas as perguntas, chegando assim em 40 questões, possíveis de serem respondidas em tempo médio de dez minutos.

3.4 Coleta e Análise dos Dados

Seguindo a metodologia foi utilizado um instrumento de pesquisa quantitativo, sendo este com perguntas fechadas e realizado através de entrevistas durante o ano de 2017. Este instrumento se baseia na pesquisa realizada nos últimos quatro anos o *Australia's International Business Survey: 2015 Report* comissionada pela *Export Council of Australia* (ECA), com suporte de vários parceiros, Austrade e EFIC (*Export Finance and Insurance Corporation*), e foi conduzido pela universidade de Sidney (*University of Sydney* - USYD) e intitulado de Pesquisa dos negócios internacional da Austrália.

4. Apresentação e Discussão dos Resultados

Seguem os tópicos analisados a fim de apresentar o perfil dos exportadores brasileiros serão os seguintes: a) Investimentos; b) Avaliação dos mercados atuais no exterior; c) Estudo das barreiras para operações internacionais; d) Impacto de acordos de livre comércio; e) Atividades de desenvolvimento de mercado; f) Acesso a financiamento; g) Perspectivas para o futuro e novas oportunidades de negócios.

4.1 Investimentos

A primeira parte do Survey questionou sobre a diversidade dos negócios dos pesquisados, diferente do *Australia's International Business Survey: 2015 Report*, esta pesquisa pretendeu observar características dos exportadores brasileiros, e tendeu sua procura, de acordo com a acessibilidade do autor, somente para empresas exportadoras.

As características dos respondentes procurados na pesquisa foram exportadoras, sendo assim, a totalidade dos pesquisados apresentaram como atividade, o mercado interno e exportação, e nenhum deles com atividades de importação.

Assim sendo, a totalidade dos 44 respondentes se caracterizam exclusivamente por exportadores da indústria de transformação, localizados em várias partes do país, participantes de feiras de eventos internacionais que ocorreram no estado de São Paulo ao longo do ano de 2017.

Gráfico 4

A importância de investimento em novas operações no exterior



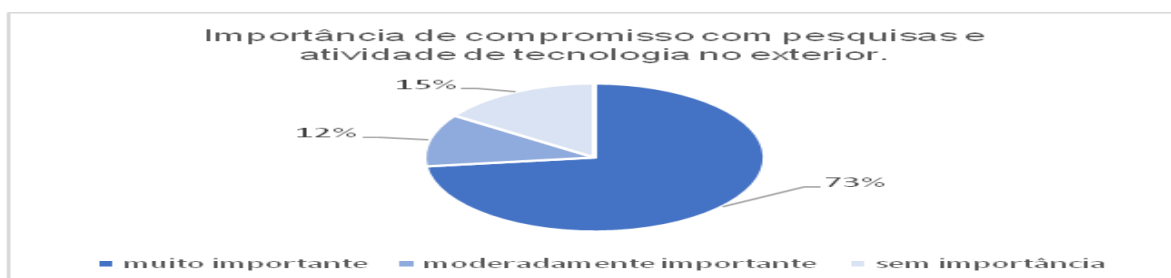
Fonte: autor

No gráfico 4, onde 58% dos respondentes consideram muito importante investir em novas operações no exterior, demonstrando claramente a relevância da exportação para estes respondentes, contra 15% que consideram sem importância.

Ainda mais relevante é a pesquisa no exterior, com 78% dos respondentes considerando muito importante, contra 15% que consideram sem importância, como indica o gráfico 5.

Gráfico 5

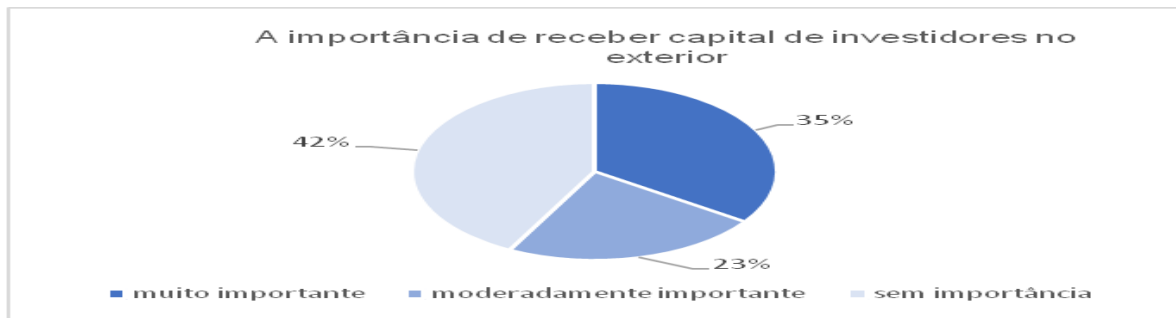
A importância de compromisso com pesquisas e atividade de tecnologia no exterior



Fonte: autor

Gráfico 6

Aponte a importância de receber capital de investidores no exterior

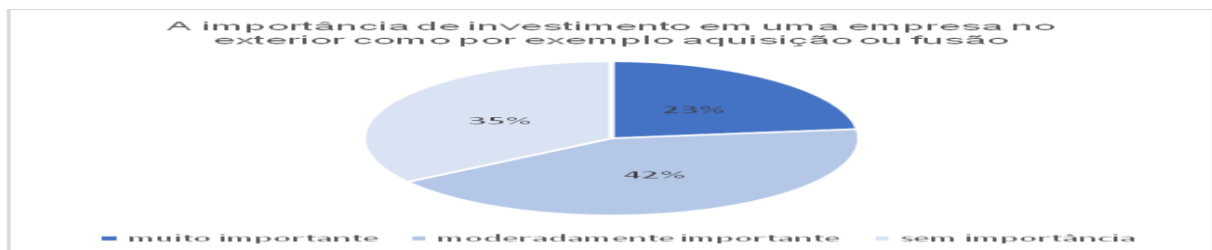


Fonte: autor

Os respondentes não consideram importante o investimento de capital estrangeiro em suas operações no Brasil, como indica o gráfico 6, pois 42% consideram o item sem importância e outros 23% consideram moderadamente importante.

Gráfico 7

Aponte a importância de investimento em uma empresa no exterior como por exemplo aquisição ou fusão

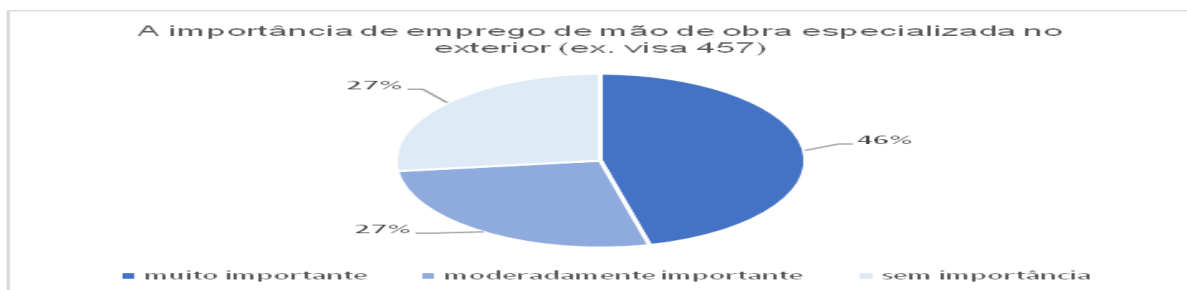


Fonte: autor

Uma situação muito parecida ao gráfico 7 pode ser notado quanto o respondente apresenta sua opinião sobre a importância de se investir em empresas no exterior, o que demonstra o foco nas operações nacionais para exportação, pois 35% consideram sem importância enquanto outros 42% dos 44 respondentes, consideram moderadamente importante, investimentos no exterior.

Gráfico 8

A importância de emprego de mão de obra especializada no exterior (ex. visa 457)



Fonte: autor

Segundo a opinião dos respondentes, 46% consideram muito importante o emprego de mão de obra especializada no exterior, como indicado no gráfico 8, mas deve-se levar em consideração que a grande maioria dos entrevistados tem atividades industriais ligadas a exportação, sendo assim, com demanda por especialistas em suas áreas de atuação para permitir tanto a realização como ações de pós-venda.

Este item também acentua que as práticas de negócios destes exportadores tendem a ser idênticas nos países em que atuam, relatos indicam que os mesmos assistentes técnicos que atuam nacionalmente são enviados ao exterior para trabalhos extraordinários, não tendo dedicação exclusiva ou uma estratégia diferenciada para negócios e produtos internacionais.

O gráfico seguinte, com grande maioria dos exportadores com pequena parcela de seus negócios no exterior, também reforça a visão das empresas nacionais como exportação como atividade secundária e vista como fonte complementar de renda destas empresas.

Diferente da metodologia empregada na base deste estudo (*Australia's International Business Survey: 2015 Report*) que analisou por país, o principal modo de oferecimento de seus produtos ou serviços para comercialização no exterior no último ano, divididos em oito categorias de negócios, a presente pesquisa apresentou a análise de todos os pesquisados, sem distinção de suas fontes de renda no exterior, o mesmo ocorreu com a próxima análise, sobre a facilidade de se negociar com países estrangeiros, a análise não distinguiu países.

Tabela 02

Oferecimento de produtos no exterior

Indique qual foi o principal modo de oferecimento de seus produtos ou serviços para comercialização no exterior no último ano

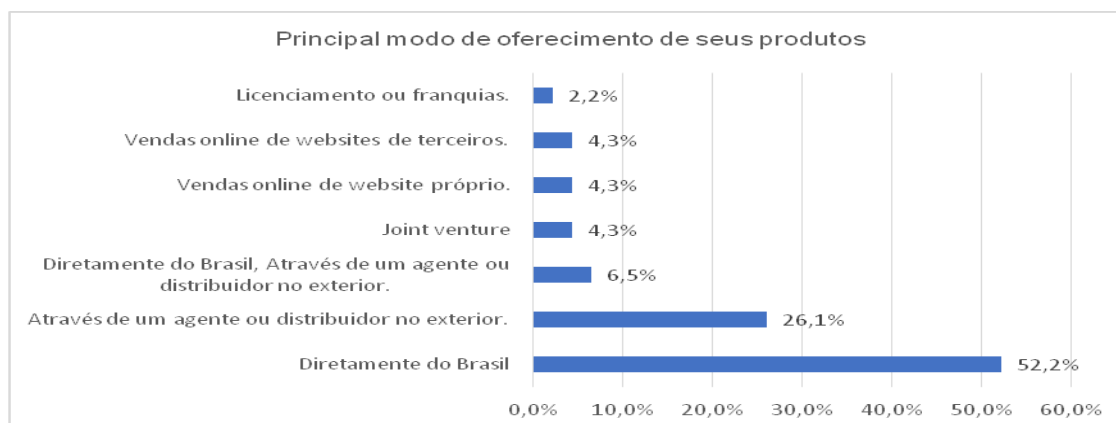
Diretamente do Brasil	62,5
Diretamente do Brasil, Através de um agente ou distribuidor no exterior	12,5
Através de um agente ou distribuidor no exterior	16,7
Joint venture	8,3
Licenciamento ou franquias	0,0
Vendas online de websites de terceiros	0,0
Vendas online de website próprio	0,0

Fonte: autor

A tabela 02 representa os valores do gráfico 09, que apresenta as respostas dos 44 exportadores sobre a facilidade de entrada no mercado estrangeiro.

Gráfico 09

Principal modo de oferecimento de seus produtos



Fonte: autor

Continuando de forma convergente os dados obtidos até aqui sobre o perfil do exportador brasileiro, a maioria dos entrevistados, como indica o gráfico 09, realizam suas transações de exportação diretamente do Brasil, ou através de representantes em outros países, sendo outras formas de comercialização pouco expressivas.

5 Conclusões Gerais

O estudo foi norteado pelo objetivo de avaliar o comportamento e as ações dos empresários exportadores industriais e de serviços para o período 1995-2015, como foi apresentado através de diversas fontes secundárias durante a pesquisa, o estudo também buscou através de uma pesquisa realizada com exportadores brasileiros que conhecem tanto as estratégias, como as oportunidades e as restrições com que se enfrentam e assim estabelecer um marco teórico dos últimos 20 anos da economia brasileira, buscando apresentar a opinião de estudiosos da área e sua comparação com dados colhidos durante a pesquisa de campo para apresentar dados sobre a exportação e suas dificuldades de alavancagem o que foi apresentado.

Analizadas as hipóteses apresentadas no início da pesquisa e que serviram para nortear o estudo, estas hipóteses foram criadas anterior ao início da pesquisa com um objetivo primário de apresentar questões que possivelmente poderiam ser citadas durante o desenvolvimento desta pesquisa.

A primeira delas é que nega a existência das Gestantes (H0) é que não existe um comportamento comum dos empresários dos vários setores do país, esta hipótese foi negada pois os dados apresentados comprovam o contrário, de quem não só o exportador brasileiro apresenta um perfil comum como ele também pode ser em muitos itens igualado ao perfil de exportadores australianos.

Quando comparada esta hipótese ao referencial teórico produzidos nesta pesquisa, nota-se que os autores não trabalham de forma distinta os setores exportadores, mas os dados apresentados pelo IBGE (2017), se tratados estatisticamente podem levar a evidências não só setoriais, mas por produtos e por região, porém, como o pilar desta pesquisa foi o *Survey* baseado na proposta australiana, este tipo de pesquisa não foi realizado.

A hipótese seguinte (H1) considera que existe um comportamento comum dos empresários para cada setor econômico do país, esta hipótese pode ser analisada em todas as versões do *survey* australiano, porém, devido ao caráter da pesquisa brasileira não ser probabilística e que as amostras ocorreram segundo acessibilidade do autor, como já apresentado neste trabalho, e sendo em sua grande maioria os pesquisados foram da indústria de transformação, sendo assim esta hipótese não pode ser avaliada, como foi na proposta da Austrália.

A próxima hipótese (H2) considera que existe um comportamento comum para os empresários do país, e essa espécie foi considerada verdadeira, os resultados apresentados na pesquisa demonstram convergência das opiniões dos 44 entrevistados no Brasil, assim como das edições que ocorreram na Austrália. Esta mesma hipótese quando comparado aos dados secundários de autores renomados e atuais, como foi extensamente apresentada nesta pesquisa, demonstra um pensamento comum quanto as necessidades para o sucesso da exportação, as barreiras comum destes empresários em suas atividades no comércio internacional, motivos que os leva aos

mercados estrangeiros, suas expectativas futuras e as influências de seus negócios, são aspectos comuns aos entrevistados tanto do Brasil como da Austrália, sendo assim esta hipótese é comprovada.

À última hipótese (H3) considera que o comportamento empresarial é influenciado por conjunturas econômicas internas e externas tanto da economia como da política. A proposta do referencial teórico é justamente avaliar questões políticas através de seus presidentes e suas ações que influenciaram o desempenho do exportador no mercado internacional, assim como os dados apresentados são de uma economia que segue padrões encanta janela de tempo. Em todo o referencial teórico apresentado, baseando-se em autores e portais de economia e de análises estatísticas do Brasil, os dados apresentados convergem para que a relação econômica de um país afeta o seu todo, todos os dados apresentados neste referencial teórico são de conjunturas econômicas ao longo destes 20 anos de pesquisa, onde são considerados fatores comum que afetam toda a economia nacional, esta mesma visão de que o perfil do exportador é comum para o país analisando é notada durante a pesquisa qualitativa, assim sendo, esta hipótese é com positiva e provada ao longo deste estudo.

Aqui são apresentadas algumas das limitações encontradas durante o desenvolvimento desta pesquisa e que de alguma forma reduziram a amplitude de cobertura das análises aqui propostas ou ainda possíveis estudos cabíveis.

Ao contrário do *Survey* original que contou com mais de 1.400 respostas ao longo dos anos em que acontece desde 2014, após longas tentativas por e-mail ou contato telefônico sem respostas o pesquisador seguiu para feiras internacionais onde assim obteve um total de 44 representantes da exportação do Brasil nas três esferas onde esteve durante o ano desta pesquisa.

O estudo seguiu de acordo com a facilidade do pesquisador em encontrar profissionais que atuam na exportação, ou seja, em feiras internacionais no entorno de São Paulo, o resultado foi uma pesquisa não probabilística pois não atuou nem em determinados setores em determinadas regiões. Enem com parcela significativa dos exportadores nacionais.

A pesquisa atingiu o objetivo geral que foi avaliar o perfil do exportador brasileiro nos últimos 20 anos, sem que houvesse uma análise econômica mais profunda através de métodos econométricos dos mais variados. Por sua vez, a própria estrutura do *Survey* que foi seguido à risca de acordo com a proposta inicial da Austrália, não apresentou a possibilidade de questões abertas e não explorou aspectos burocráticos internos que foi a principal reclamação dos respondentes que consideraram este é o verdadeiro fato inibidor do crescimento das exportações brasileiras.

Ao final dessa pesquisa, notam-se muitas possibilidades que poderiam ser avaliadas como novas pesquisas a partir desta, assim sendo este item promove algumas propostas que podem ser avaliadas por outros pesquisadores como extensão dos conhecimentos adquiridos neste trabalho.

Uma proposta futura é aumentar o número de respondentes do Brasil, mas que ela seja uma proposta probabilística e que trabalhe com diferentes setores de atuação da exportação nacional e que consiga, no futuro apresentar um estudo concreto do perfil por setor do exportador brasileiro, uma pesquisa tanto regional e setorial, pois ao se ler os motivos que levaram a Austrália a criar estes *Survey* foi a carência por dados internos setoriais, De mesmo modo ainda temos essa

necessidade de travar apenas pesquisas de exportação ou bancos de dados e avaliar o perfil de quem exporta por setor e por produto de forma muito mais profunda. Outra proposta é que o estudo se estenda para outros países do Mercosul permitindo assim encontrar fraquezas, riscos e oportunidades para o exportador destas regiões.

Como esta primeira análise incluiu países do Mercosul seria de extremo interesse para a comunidade de pesquisa que outros países integrantes deste bloco econômico também realizassem este mesmo Survey o que permitiria uma análise de todo o Mercosul.

6 Bibliografia

- Babbie, E. (2001). *Métodos de Pesquisas de Survey*. Editora UFMG: Belo Horizonte, p. 519.
- Coase, R. H. (1937). *The Nature of the firm*; *Economica New Series*, Vol. 4, n. 16, p.p. 386-405.
- Cunha Junior, J. R. A., (2012). *Determinantes da atratividade de investimentos estrangeiros diretos no Brasil*, Tese Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Dunning; J. H. (1980). *An Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests*. *Journal of International Business Studies*, vol. 11, issue 1, p.p. 9-31.
- Dunning; J. H. (1988). *The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions*. *Journal of International Business Studies*, Vol. 19, No. 1 (Spring), p.p. 1-31.
- Dunning, J.H. (2000). *The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity* Reading University, UK and Rutgers University, USA.
- Ferdows, K. (1997). *Making the most of foreign factories*. *Harvard Business Review*, v. 75, n. 2.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo. Atlas.
- IBGE. (10 de junho de 2017). *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*. <http://www.ibge.gov.br/home/>
- IED. (10 de março de 2017). *Complexidade das exportações Brasileiras: De Mal a Pior. 2016*. https://iedi.org.br/cartas/carta_iedi_n_716.html.
- IPEADATA. (10 de janeiro de 2017). *Base de dados econômicos e financeiros do IPEA*. <http://ipeadata.gov.br/>.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). *The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments* *Journal of International Business Studies*, n. 8, p.p. 23-32.
- MERCOSUL. (11 de janeiro de 2017). *Página brasileira do Mercosul*. <http://www.mercosul.gov.br/>
- Ruiz, F. M. (2005). *Exportações brasileiras: fatores explicativos da participação das micro e pequenas empresas (MPE)*, Dissertação de Mestrado apresentada ao Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Administração. SÃO PAULO.
- Selltiz, C. et al. (1974) *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. São Paulo: EPUSP (Editora da Universidade de São Paulo).

Williamson, O. (1985). *The economic institutions of capitalism: firms, markets, relational contracting*. New York: Free Press.