

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

FLÁVIA BRAGA CHINELATO
UNIVERSIDADE FUMEC (FUMEC)
flaviachinelato@gmail.com

DIOGO BATISTA DE FREITAS CRUZ
UNIVERSIDADE FUMEC (FUMEC)
diogo@grupoatus.com.br

FÁBIO CORRÊA
UNIVERSIDADE FUMEC (FUMEC)
fabiocontact@gmail.com

Introdução

Grande parte das pequenas e médias empresas acreditam que não podem participar do comércio exterior por serem pequenas e não terem os grandes volumes de importação e exportação das grandes empresas. Entretanto isto é um mito que precisa ser quebrado no Brasil. As PMEs podem participar de forma ativa neste cenário. Segundo os dados do AliceWeb, no ano de 2014, o Brasil exportou ao todo o montante de 225 milhões de USD, sendo que deste total 10 milhões, foram somente por elas.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Como foi a rede de exportação das PMEs no Brasil nos anos 2010 a 2014?

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a rede de países importadores dos produtos brasileiros realizados pelas PMEs no período de 2010 a 2014.

Específicos: (a) apresentar a quantidade de empresas que realizaram exportação no período; (b) identificar os valores em FOB dólar por porte de empresa; (c) apresentar a rede de países que importaram das PMEs brasileiras no período investigado e seus respectivos valores em FOB dólar.

Fundamentação Teórica

Modelo de Uppsala, as críticas a este modelo com autores como Bell (1995) e Child e Rodrigues (2010) em que a abordagem de redes para as pequenas e médias empresas é uma importante alternativa para que elas possam superar as dificuldades da escassez de recursos. Os relacionamentos em redes podem impactar na expansão e desenvolvimento de mercado, pois o modo de entrada de uma PME poderá ser explicado conforme as oportunidades criadas pelos contatos de redes formais e informais.

Metodologia

Esta pesquisa é qualitativa de natureza descritiva dada à intenção de desvendar e expor características de determinada população. Os dados utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa são secundários e foram coletadas informações no banco de dados disponibilizado pelo governo federal chamado Aliceweb. Os dados coletados foram tratados com o programa excel. Para a formação das redes foi utilizado o sistema Ucinet 6 versão 11.0.035197.

Análise dos Resultados

Os dados da pesquisa, o número de empresas bem como os valores se manteve estáveis no período analisado, demonstrando uma regularidade tanto nas pequenas, quanto as médias empresas. Sobre os países importadores verificou-se que tanto as pequenas quanto as médias empresas tem os Estados Unidos como o principal país importador e a Argentina como o segundo, quando verificado o valor FOB dólar de exportação.

Conclusão

Percebeu-se que há uma concentração muito grande em pouca diversidade de países, isso tanto pelas pequenas, quanto pelas médias empresas. Apesar de terem uma forte diferença do valor FOB dólar de exportação ambos portes de empresas tem um comportamento muito similar durante o período analisado.

Referências Bibliográficas

BELL, J. (1995).

CASTELLS, CHILD, J., RODRIGUES, S.B., & FRYNAS, G. (2009).

JOHANSON, J. ; VAHLNE, J-E. (1977)

VERNON (1966)

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

1 INTRODUÇÃO

As pequenas e médias empresas muitas vezes acreditam que não podem participar do comércio exterior por serem pequenas e não terem os grandes volumes de importação e exportação das grandes empresas. Entretanto isto é um mito que precisa ser quebrado no Brasil. É perfeitamente possível que as PMEs possam participar de forma ativa neste cenário. Segundo os dados do AliceWeb, no ano de 2014, o Brasil exportou ao todo o montante de 225.100.884.831,00 milhões de USD, sendo que deste total 10.00 milhões, foram somente pelas PMEs. Perceptualmente o valor ainda é baixo, corresponde a 5% do valor total, mas isso pode significar que há espaço para que estes dois portes de empresas possam aumentar sua participação e que precisam, de outro lado, mais estímulos e investimentos para que consigam chegar ao outro lado da fronteira.

No Brasil, as PMEs possuem um papel relevante na sociedade, pois empregam grande parte da mão de obra, são fonte de *start ups* de base tecnológica e movimentam a economia. Embora haja essa importância, enfrentam sérias dificuldades como limitação de recursos (internos e externos), regulação, tributação, são mais sensíveis as crises e mudanças políticas e econômicas de um país em instabilidade econômica e política.. Além disso, assim como as grandes empresas, elas precisam enfrentar as dificuldades por uma alta carga tributária, baixo retorno dos impostos pagos, custos elevados com mão de obra (a mesma para grandes firmas), custos logísticos, água e energia, assim como uma infraestrutura fragilizada no país. Nesse sentido os autores Ricupero e Barreto (2007) afirmam que a internacionalizar não é uma escolha voluntária, e sim a única alternativa para firmas enfrentarem as mudanças.

Todas estas dificuldades fazem que os gestores precisem repensar constantemente suas estratégias e buscar alternativas que possibilitem a permanência, sustentabilidade e o crescimento das empresas. Neste sentido, a exportação pode ser uma estratégia para aumentar diversificar os mercados, aumentar o faturamento e gozar dos outros inúmeros benefícios de ser uma empresa exportadora, como o sugerido por Vernon (1966) com o aumento do ciclo de vida do produto, pois em certos casos pode estar em declínio em seu mercado de origem, mas poderá ser prolongado em outro mercado menos desenvolvido.

Devido à importância das PMEs para o país e a perceptível necessidade de mais conhecimento sobre este perfil de empresas na balança comercial brasileira, esta pesquisa visa responder a seguinte pergunta: como foi a rede de exportação das PMEs no Brasil nos anos 2010 a 2014?

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a rede de países importadores dos produtos brasileiros realizados pelas PMEs no período de 2010 a 2014. Como objetivos específicos têm-se: (a) apresentar a quantidade de empresas que realizaram exportação no período; (b) identificar os valores em FOB dólar por porte de empresa; (c) apresentar a rede de países que importaram das PMEs brasileiras no período investigado e seus respectivos valores em FOB dólar.

A relevância deste tema esta em apresentar como é caracterizada a rede de países que importam produtos do Brasil, mostrando quem são os países que mais se relacionam. Dessa forma, o governo, as empresas e os demais interessados no tema podem

futuramente traçar melhores estratégias para que estes laços sejam cada vez mais fortalecidos, por outro lado, importante saber quais são os países que precisam ampliar os relacionamentos, fortalecer os laços e diversificar ainda mais a rede com as empresas brasileiras interagem.

2 INTERNACIONALIZAÇÃO DE PMEs

Como se sabe, atuar em mercados exigentes, competir em mercados globais, além das fronteiras do seu país, era praticamente características das grandes multinacionais. Porém, hoje esta realidade é um pouco distinta em diversos países. A literatura acerca da internacionalização de empresas em grande parte foca nas multinacionais, mas aos poucos a internacionalização de PMEs vem ganhando força ao longo dos anos e muitos autores tem se destacado neste meio. Andersen, 1993; Bell (1995), Leonidou e Katsikeas (1996), Bell, Crick e Young (2004), entre vários outros.

Um dos modelos mais tradicionais sobre internacionalização de empresas é o da escola de Uppsala, desenvolvido por Johanson e Vahlne (1977) em que recomendam que a adoção do estratégia de exportação deve ser gradual, paulatina e sequencial. Isto é, as empresas devem começar a exportar de forma a construir um conhecimento ir acumulando e à medida que este auto reforço é positivo, ela vai se comprometendo mais e também indo para mercados mais distantes.

Dentro desta perspectiva é considerado quatro níveis de exportação: (1) considera que a empresa realiza exportações não regulares, ou seja, ocorre uma exportação sem demanda constante, de forma mais esporádica. (2) quando a empresa exporta utilizando representantes para auxiliar no mercado de destino. À medida que a empresa vai obtendo know-how a respeito daquele mercado, combinando o conhecimento e se sentindo mais confortável, avança para o (3) abertura de um escritório comercial, como forma de aproximação. (4) em um grau mais elevado de internacionalização o que a empresa faz é montar uma planta *greenfield* no país alvo.

No entanto, essa perspectiva tem sido criticada por alguns pesquisadores tais como Bonaccorsi, (1992), McKinsey & Co., (1993); McDougall et al, 1994; Oviatt e McDougall, (1994), Bell (1995); Boter e Holmquist, 1996; Coviello (1994) e Jones (1999) Madsen e Servais, (1997). Bell, Crick e Young (2004) afirmam que esta corrente contrariaria ao modelo de Uppsala já vem se ganhando força desde a década de 1990. Eles argumentam sobre as *born global*. Segundo Melen e Nordman (2008) a definição de *born global* é a empresa que desde o começo de suas atividades já descobre e busca oportunidades em outros países. Dentro desta perspectiva, uma empresa já nasce global, ou seja, ela não se torna internacional por forças internas ou externas, a empresa já nasce com este enfoque. A principal característica dessas empresas é que os seus gestores iniciam os negócios focando em uma atuação internacional. Isso pode ser mais facilmente percebido em empresas ligadas aos setores de comunicação e tecnologia.

Outra questão explorada na literatura é feita por Bilkey e Tesar, (1977) que afirmam que na verdade as PMEs tendem a não ter a exportação como algo pensado estrategicamente, isto é, para esta corrente de pesquisadoras as pequenas e médias empresas não se planejam para a exportação, mas simplesmente respondem a solicitação do mercado. Neste sentido é dizer que as empresas não são proativas a internacionalização.

Para os pesquisadores ligados a área de gestão estratégica, como Mintzberg (1973) e (Timmons, 1978; Gibbs e Scott, 1985; Shuman e Seeger, 1986), segundo Bell, Crick e Young (2004), um fator importante para o sucesso contínuo e uma expansão das pequenas empresas é a atividade de planejamento estratégico realizado por CEOs e que a estratégia de formulação é essencialmente um processo de *top-down*.

Dessa forma, percebe-se que as PMEs vem ganhando espaço na literatura em consequência das atuações nos mercados internacionais que crescendo nas últimas décadas.

3 ATUANDO EM REDES

Grandori e Soda (1995) definem redes como estrutura celular não rigorosa e composta de atividade de valor agregado, que constantemente introduzem novos materiais e elementos. As redes são formas de organização da atividade econômica que funcionam por meio de ações de coordenação e cooperação interorganizacionais. Essas relações, do ponto de vista econômico, baseiam-se em contratos formais ou informais firmados na estruturação da rede e na entrada de um novo integrante.

A definição de Castells (1999), para redes é que elas constituem um conjunto de nós interconectados, sendo que um nó depende do tipo de redes concretas no qual ele está inserido. Alves (2008) acrescenta ainda que são formas de, numa atividade em conjunto, organizar os relacionamentos entre os atores, privilegiando a cooperação mútua e a flexibilização da estrutura funcional. Essa interação, todavia, não elimina a competição e os conflitos de ideias.

Com o aumento da globalização e a crescente necessidade de elevar a competitividade, as empresas precisam buscar alternativas para aumentar a sua interação. Olave e Amato Neto (2001) afirmam que a formação de redes de empresas ocorre a princípio visando reduzir incertezas e riscos, organizando atividades econômicas a partir da coordenação e cooperação entre empresas. Mantendo este mesmo ponto de vista os autores Alves et al (2010) consideram que uma estratégia eficaz é estabelecer redes de cooperação, pois é uma alternativa que a empresa tem para poder elevar o conhecimento, ao mesmo tempo poder compartilhar informações e enfrentar as mudanças, as inovações e se adaptar. Principalmente para as pequenas e médias empresas, conforme Alves et al (2010). Souza et al (2015, pag. 262) complementam esta ideia afirmando sobre “os esforços para sobrevivência e competitividade das micro e pequenas empresas (MPEs) têm se voltado cada vez mais para as parcerias, como forma alternativa de estratégia competitiva”.

Considerando a perspectiva de Bell (1995) e Child e Rodrigues (2010) em que a abordagem de redes para as pequenas e médias empresas é uma importante alternativa para que elas possam superar as dificuldades da escassez de recursos, como já apontado anteriormente como um fator limitador da internacionalização das PMEs, o trabalho em redes no contexto internacional é uma importante ferramenta que pode corroborar para o melhor desempenho das empresas em mercados externos.

Bell (1995) complementa que os relacionamentos em redes podem impactar na expansão e desenvolvimento de mercado, pois o modo de entrada de uma PME poderá

ser explicado conforme as oportunidades criadas pelos contatos de redes formais e informais.

Portanto, a internacionalização de PMEs aliada às redes pode ser uma alternativa de entrada e permanência das PMEs em novos mercados. É uma forma de trabalhar com um menor custo e obter informações que podem ser acumuladas ao longo dos anos. Andersson e Wictor 2003 afirmam que a construção de redes de contatos e alianças estratégicas em nível internacional é uma questão crítica para a sobrevivência.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS ADOTADAS

Esta pesquisa é qualitativa, conforme Creswell (2007), é interpretativa, ou seja, é o pesquisador que interpreta os dados. Isso significa que ela abrange a descrição de uma pessoa ou de um cenário, a análise de dados para a identificação de temas ou categorias e, finalmente, a interpretação ou conclusões sobre o seu significado, pessoal e teoricamente.

Quanto aos fins, a pesquisa é classificada como descritiva dada à intenção de desvendar e expor características de determinada população. Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação. Neste estudo procurou-se analisar as redes de países que se relacionaram com as pequenas e médias empresas brasileiras nos anos de 2010 a 2014. Gil (2002) considera que analisar a pesquisa do ponto de vista empírico é importante para confrontar as descrições teóricas com as análises dos dados empíricos da realidade.

Os dados utilizados para o desenvolvimento desta pesquisa são secundários e foram coletadas informações no banco de dados disponibilizado pelo governo federal chamado Aliceweb. Os dados coletados foram tratados com o programa excel. Para a formação das redes foi utilizado o sistema Ucinet 6 versão 11.0.035197.

O critério para definir as pequenas e médias empresas brasileiras foi seguido conforme o considerado pelo Aliceweb (2015):

A metodologia aplicada para enquadramento e identificação das empresas por porte, adotou o critério que associa o número de empregados da empresa e o valor exportado pela mesma no período considerado, distribuídos por ramo de atividade (indústria e comércio/serviços), ambos de acordo com os parâmetros adotados no Mercosul, conforme disposto nas Resoluções Mercosul-GMC nº 90/93 e 59/98, com os ajustes elaborados pelo Departamento de Estatística e Apoio à Exportação da Secretaria de Comércio Exterior (DEAEX/SECEX). (ALICEWEB, 2015 – Caderno Metodologia).

Dessa forma, tem-se o QUADRO 1, a seguir, para descrever a classificação de pequena e média empresa considerada para esta pesquisa.

Quadro 1: Classificação das empresas de pequeno e médio porte

PORTE	INDÚSTRIA		COMÉRCIO E SERVIÇOS	
	Nº Empregados	VALOR	Nº Empregados	VALOR
Pequena Empresa	De 11 a 40	Até US\$ 3,5 milhões	De 6 a 30	Até US\$ 1,5 milhão
Média Empresa	De 41 a 200	Até US\$ 20 milhões	De 31 a 80	Até US\$ 7 milhões

Fonte: AliceWeb (Caderno de Metodologia) 2015

Ainda conforme o AliceWeb (2015) a identificação dos exportadores tem como base o CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica por estabelecimento (14 dígitos) e o número de empregados por empresa tem como base as informações da RAIS – Relação Anual de Informações Sociais, do Ministério do Trabalho.

6 ANÁLISE DE DADOS

O primeiro momento da pesquisa foi identificar quantas empresas de pequeno e médio porte realizaram exportações durante o período de 2010 a 2014. Abaixo, tem-se uma tabela que demonstra os números por cada um dos anos.

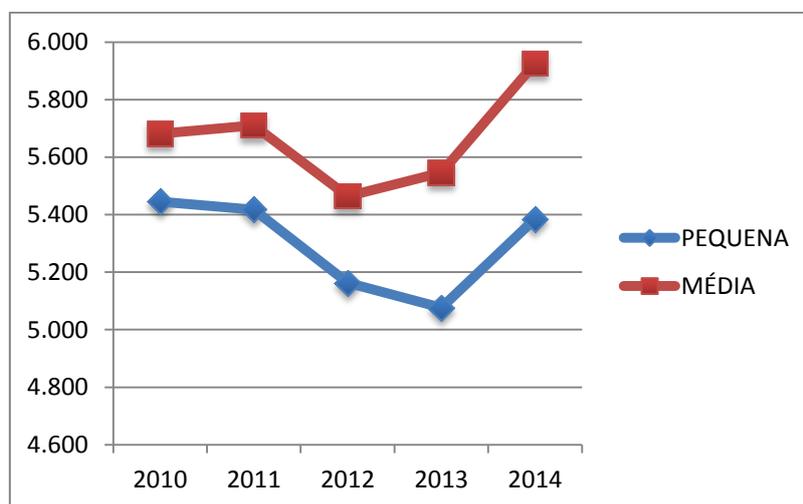
Tabela 1: Número de empresas que exportaram por cada porte de empresa no Brasil

	Nº EMPRESAS 2010	Nº EMPRESAS 2011	Nº EMPRESAS 2012	Nº EMPRESAS 2013	Nº EMPRESAS 2014
PEQUENA	5.445	5.417	5.163	5.076	5.385
MÉDIA	5.681	5.710	5.464	5.546	5.926
Total	11.126	11.127	10.627	10.622	11.311

Fonte: Dados do Aliceweb, 2015

Conforme a TAB. 1, é possível verificar que existem uma média de cinco mil empresas tanto de pequeno, quanto de médio porte e este número se mantém similar em cada um dos anos. O GRAFICO 1, a seguir, ilustra de forma clara.

Gráfico 1: Número de empresas exportadoras por porte nos anos 2010 a 2014 no Brasil



Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Observa-se no GRAFICO 1 que no ano de 2011 houve uma forte queda no número de empresas exportadoras, tanto das pequenas, quanto das médias. Mas em 2013 houve um crescimento nos números para os dois portes.

Em relação a valor FOB dólar, tem-se na TAB. 3, a seguir, os valores de exportação das pequenas e médias empresas em cada um dos anos pesquisados e o valor total no período analisado.

Tabela 3: Valor em FOB dólar de exportação por porte de empresa no Brasil

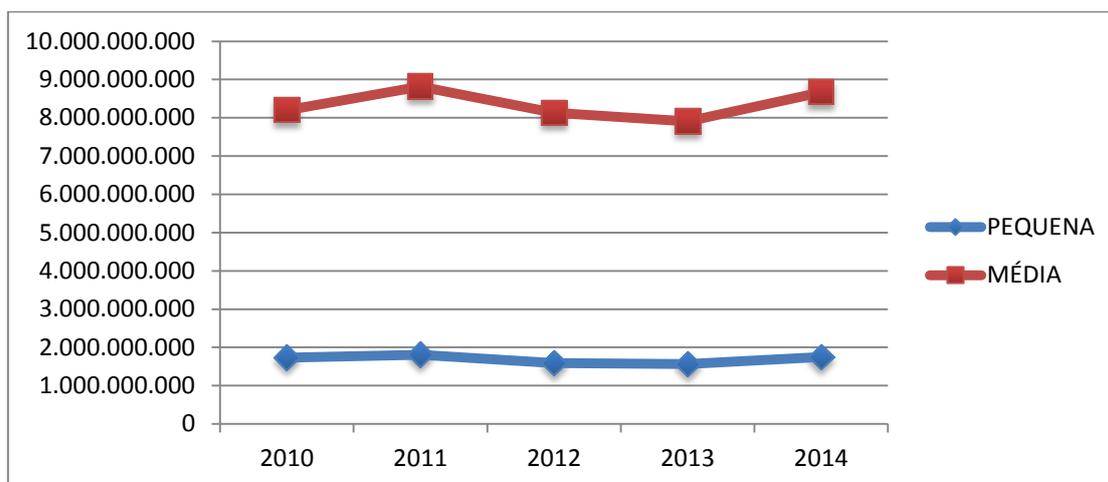
	VALOR FOB USD 2010	VALOR FOB USD 2011	VALOR FOB USD 2012	VALOR FOB USD 2013	VALOR FOB USD 2014
PEQUENA	1.733.603.197	1.806.976.815	1.593.501.399	1.569.020.683	1.746.003.758
MÉDIA	8.198.995.145	8.819.000.104	8.132.378.170	7.905.567.267	8.663.853.913
TOTAL	9.932.598.342	10.625.976.919	9.725.879.569	9.474.587.950	10.409.857.671

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Conforme a TAB. 3, percebe-se que em valor FOB dólar, durante os anos selecionados o crescimento foi relativamente estável. Mantendo a média no período na casa dos 9 bilhões. Sendo uma considerável diferença entre as pequenas e as médias empresas, em torno de um milhão para as pequenas e as médias 8 bilhões.

O GRÁFICO 2, a seguir, permite uma melhor visualização deste cenário evolutivo.

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



Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Conforme o GRÁFICO 2 é possível verificar a linearidade no valor FOB dólar de exportação por porte de empresa. Assim como a considerável diferença no valor entre as pequenas e médias empresas. Mesmo que tenha havido queda no número de empresas exportadas, conforme verificado no GRÁFICO 1, em termos de valores a queda em FOB dólar não foi tão forte quanto o número de empresas.

Considerando a partir de agora, quem são os 10 principais países que importaram das PMEs brasileiras no ano de 2010 tem os quadros abaixo.

Ano de 2010

Quadro 2: 10 principais países importadores das pequenas empresas no ano de 2010.

PEQUENAS EMPRESAS

ANO 2010

CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 280.435.335,00	27%	16%
2	ARGENTINA	\$ 182.680.601,00	18%	10%
3	PARAGUAI	\$ 127.270.294,00	12%	7%
4	CHINA	\$ 76.231.779,00	7%	4%
5	URUGUAI	\$ 70.510.457,00	7%	4%
6	ALEMANHA	\$ 66.772.025,00	7%	4%
7	CHILE	\$ 63.313.669,00	6%	4%
8	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 56.765.642,00	6%	3%
9	FRANCA	\$ 52.497.935,00	5%	3%
10	VENEZUELA	\$ 50.429.890,00	5%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 1.026.907.627,00	100%	57%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 1.806.976.815,00		

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

Conforme o QUADRO 2 é possível verificar que o total exportado pelos 10 principais países foi de USD 1.026.907.627,00. Isso significa que os 10 países juntos corresponderam a 57% do total exportado. Sendo que 16% deste valor foram apenas os Estados Unidos, enquanto em segundo lugar aparece a Argentina com 10%. Paraguai com 7% e os demais países entre 4 a 3%.

Em relação às médias empresas no ano de 2010, tem-se o quadro abaixo.

Quadro 3: 10 principais países importadores das médias empresas no ano de 2010.

MÉDIAS EMPRESAS
ANO 2010

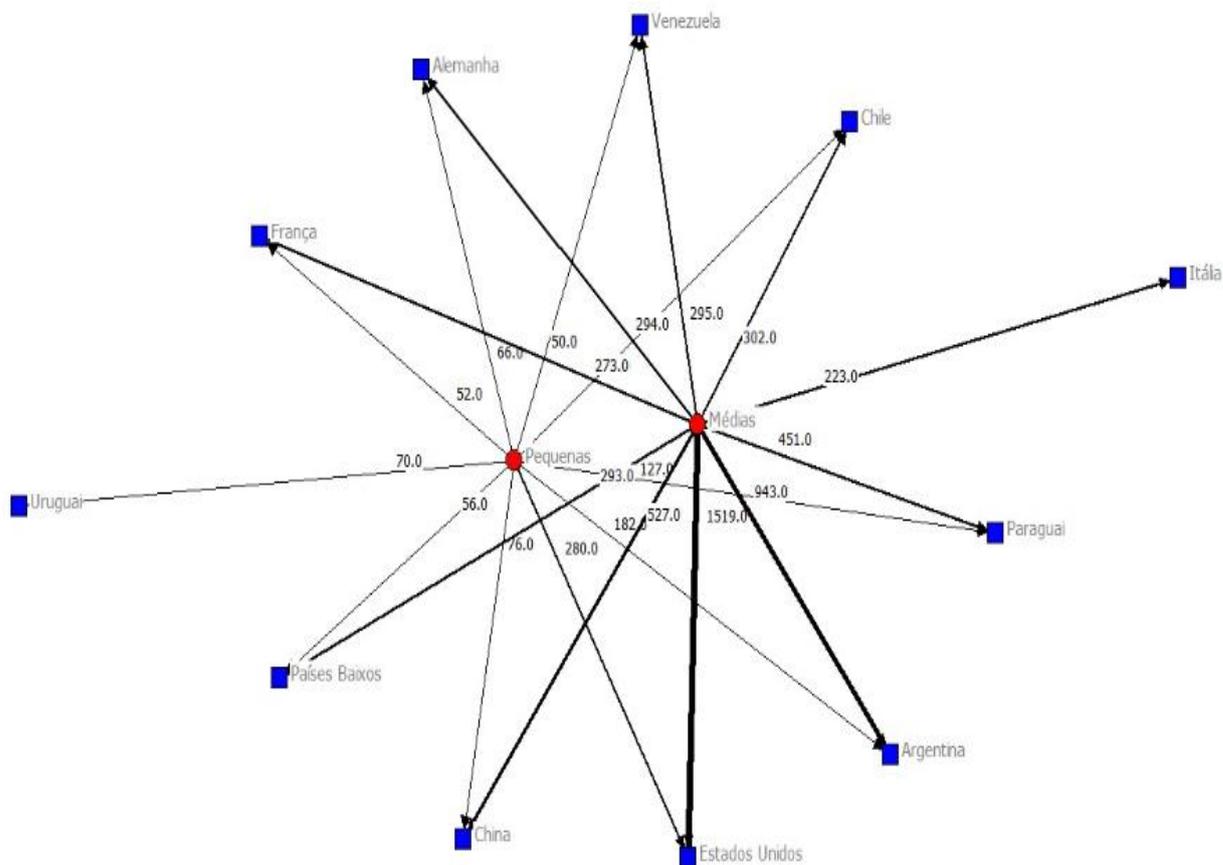
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.519.666.424,00	30%	17%
2	ARGENTINA	\$ 943.891.288,00	18%	11%
3	CHINA	\$ 527.716.853,00	10%	6%
4	PARAGUAI	\$ 451.059.843,00	9%	5%
5	CHILE	\$ 302.967.870,00	6%	3%
6	VENEZUELA	\$ 295.866.775,00	6%	3%
7	ALEMANHA	\$ 294.202.373,00	6%	3%
8	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 293.961.773,00	6%	3%
9	FRANCA	\$ 273.461.635,00	5%	3%
10	ITALIA	\$ 223.125.689,00	4%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 5.125.920.523,00	100%	58%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 8.819.000.104,00		

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Conforme o QUADRO 3, assim como as pequenas empresas, o somatório do valor FOB dólar dos dez principais países importadores do Brasil correspondeu a 58% do total exportado, sendo os Estados Unidos o principal importador com 17% e a Argentina em segundo lugar com 11%. Em terceiro lugar tem a China com 6%, o Paraguai em quarto com 5% e os demais países com 3% cada.

O GRAFO 1 mostra a formação em rede dos países pelas pequenas e médias empresas no ano de 2010.

Grafo 1: Formação das redes das PMEs no ano de 2010



Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Conforme o GRAFO 1, as linhas mais grossas correspondem ao maior valor de importação realizado pelo país. É possível verificar que as pequenas e as médias empresas tem os Estados Unidos e Argentina como os maiores importadores, porém a densidade do laço das médias empresas é maior se comparado com as pequenas empresas.

Ano de 2011

Quadro 4: 10 principais países importadores das pequenas empresas no ano de 2011.

PEQUENAS EMPRESAS ANO 2011				
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 288.966.646,00	30%	17%
2	ARGENTINA	\$ 159.641.434,00	16%	9%
3	PARAGUAI	\$ 115.312.331,00	12%	7%
4	CHINA	\$ 75.333.783,00	8%	4%
5	URUGUAI	\$ 64.284.559,00	7%	4%
6	ALEMANHA	\$ 63.849.660,00	7%	4%

7	CHILE	\$	55.895.701,00	6%	3%
8	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$	55.026.245,00	6%	3%
9	FRANCA	\$	46.544.512,00	5%	3%
10	VENEZUELA	\$	43.960.421,00	5%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$	968.815.292,00	100%	56%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$	1.733.603.197,00		

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

No QUADRO 4 verifica-se que os 10 países juntos corresponderam a 56% do valor total das exportações das pequenas empresas no ano de 2011. Número semelhante ao ano anterior. Mantendo também os Estados Unidos e Argentina como os principais países importadores das pequenas empresas brasileiras.

Quadro 5: 10 principais países importadores das médias empresas no ano de 2011.

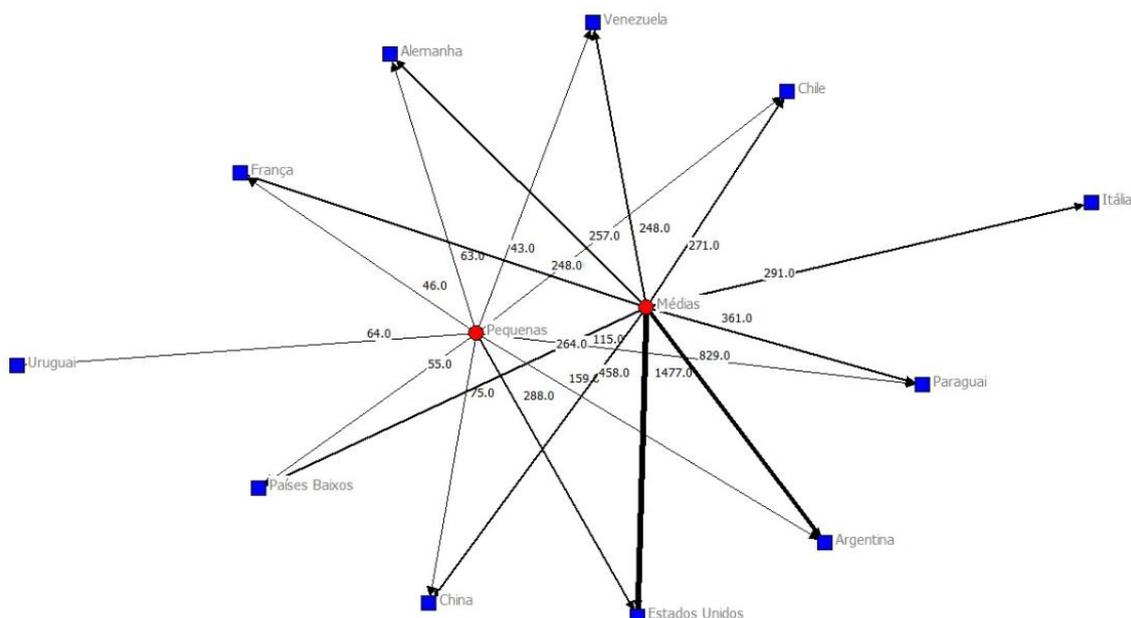
MÉDIAS EMPRESAS					
ANO 2011					
CLAS.	PAÍS		VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$	1.477.691.413,00	31%	18%
2	ARGENTINA	\$	829.042.810,00	18%	10%
3	CHINA	\$	458.682.195,00	10%	6%
4	PARAGUAI	\$	361.551.762,00	8%	4%
5	CHILE	\$	271.723.807,00	6%	3%
6	VENEZUELA	\$	248.595.680,00	5%	3%
7	ALEMANHA	\$	257.880.508,00	5%	3%
8	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$	264.096.518,00	6%	3%
9	FRANCA	\$	248.950.184,00	5%	3%
10	ITALIA	\$	291.073.949,00	6%	4%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$	4.709.288.826,00	100%	57%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$	8.198.995.145,00		

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

Assim como as pequenas empresas, o ano de 2011 manteve o mesmo perfil do ano anterior. Sendo o total exportado pelos 10 principais países correspondente a 57% e mantendo os Estados Unidos e Argentina como os dois maiores importadores.

O GRAFO 2 ilustra a rede dos países envolvidos com as pequenas e médias empresas no ano de 2011.

Grafo 2: Formação das redes das PMEs no ano de 2011



Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

O GRAFO 2 ilustra as relações das pequenas e das médias empresas com os países que ambas interagiram no ano de 2011. É possível observar a forte interação com os Estados Unidos e Argentina. Sendo mais evidente a força do laço das médias empresas.

Ano de 2012

Quadro 6: 10 principais países importadores das pequenas empresas no ano de 2012.

PEQUENAS EMPRESAS					
ANO 2012					
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL	
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 244.543.639,00	28%	15%	
2	ARGENTINA	\$ 135.182.791,00	15%	8%	
3	PARAGUAI	\$ 110.618.433,00	12%	7%	
4	CHINA	\$ 71.032.103,00	8%	4%	
5	URUGUAI	\$ 68.216.136,00	8%	4%	
6	ALEMANHA	\$ 64.082.704,00	7%	4%	
7	CHILE	\$ 57.125.704,00	6%	4%	
8	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 50.456.315,00	6%	3%	
9	FRANCA	\$ 43.118.568,00	5%	3%	
10	VENEZUELA	\$ 42.522.438,00	5%	3%	
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 886.898.831,00			
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 1.593.501.399,00	100%	56%	

Fonte: Dados do AliceWeb, 2015

As pequenas empresas em 2012 mantiveram o mesmo perfil do ano de 2011. Os dez principais países exportadores juntos corresponderam a 56% do valor total FOB dólar e os Estados Unidos e Argentina são os dois principais importadores.

Quadro 7: 10 principais países importadores das médias empresas no ano de 2012.

MÉDIAS EMPRESAS
ANO 2012

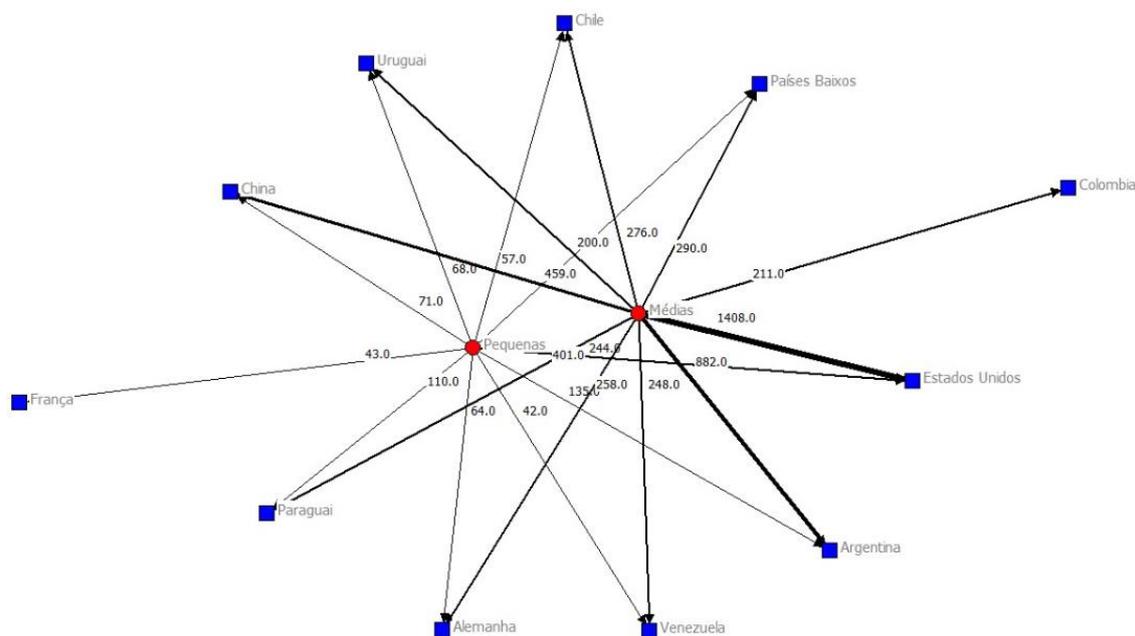
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.408.415.808,00	30%	17%
2	ARGENTINA	\$ 882.503.228,00	19%	11%
3	CHINA	\$ 459.173.191,00	10%	6%
4	PARAGUAI	\$ 401.305.326,00	9%	5%
5	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 290.327.133,00	6%	4%
6	VENEZUELA	\$ 281.348.717,00	6%	3%
7	CHILE	\$ 276.910.115,00	6%	3%
8	ALEMANHA	\$ 258.808.607,00	6%	3%
9	COLOMBIA	\$ 211.088.503,00	5%	3%
10	URUGUAI	\$ 200.909.571,00	4%	2%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 4.670.790.199,00		
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 8.132.378.170,00	100%	57%

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

As médias empresas em 2012 mantiveram o mesmo perfil do ano de 2011. Os dez principais países exportadores juntos corresponderam a 57% do valor total FOB dólar e os Estados Unidos e Argentina são os dois principais importadores.

O GRAFO 3 ilustra a rede dos países envolvidos com as pequenas e médias empresas no ano de 2012.

Grafo 3: Formação das redes das PMEs no ano de 2012



Fonte: dados do AliceWeb, 2015

O GRAFO 3 ilustra as relações das pequenas e das médias empresas com os países que ambas interagiram no ano de 2012. É possível observar a forte interação com os Estados Unidos e Argentina. Sendo mais evidente a força do laço das médias empresas.

Ano de 2013

Quadro 8: 10 principais países importadores das pequenas empresas no ano de 2013.

PEQUENAS EMPRESAS				
ANO 2013				
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 258.125.561,00	30%	16%
2	ARGENTINA	\$ 117.701.215,00	14%	8%
3	PARAGUAI	\$ 107.316.850,00	12%	7%
4	CHINA	\$ 71.083.156,00	8%	5%
5	URUGUAI	\$ 69.120.547,00	8%	4%
6	CHILE	\$ 57.841.112,00	7%	4%
7	ALEMANHA	\$ 55.568.129,00	6%	4%
8	HONG KONG	\$ 45.289.350,00	5%	3%
9	BOLIVIA	\$ 44.588.038,00	5%	3%
10	FRANCA	\$ 43.871.150,00	5%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 870.505.108,00	100%	55%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 1.569.020.683,00		

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

No ano de 2013 o grupo dos dez principais importadores do Brasil teve uma ligeira queda no total exportado, correspondendo ainda 55% do total. Apesar do surgimento de novos países no grupo, com Bolívia e Hong Kong, os Estados Unidos e a Argentina se mantiveram como os dois principais importadores.

Quadro 9: 10 principais países importadores das médias empresas no ano de 2013.

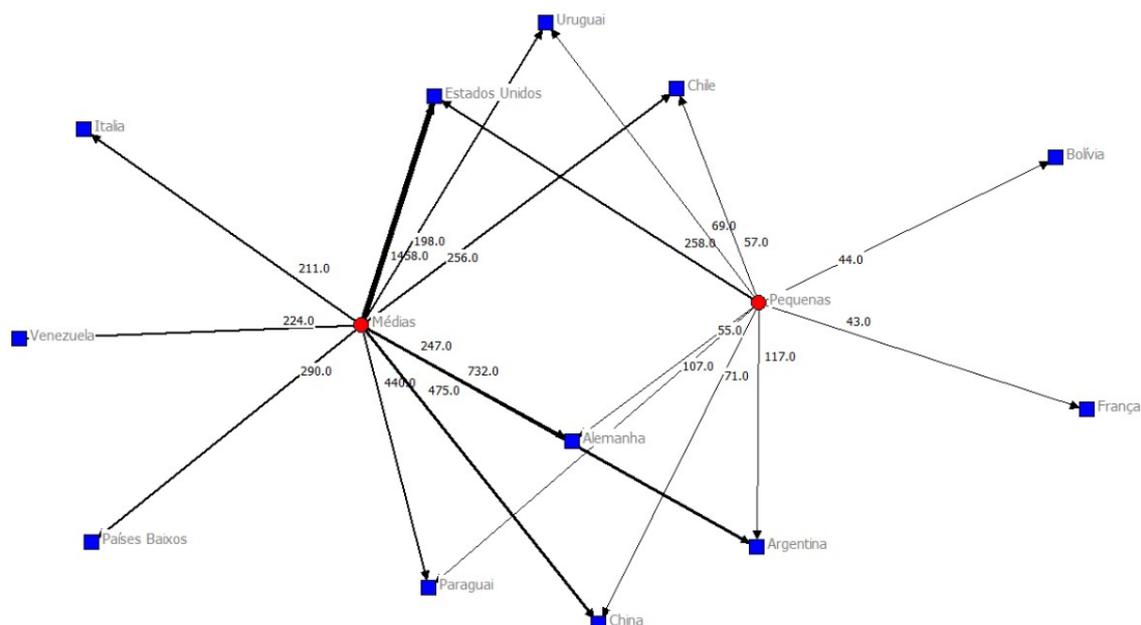
MÉDIAS EMPRESAS				
ANO 2013				
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.458.552.655,00	32%	18%
2	ARGENTINA	\$ 732.128.377,00	16%	9%
3	CHINA	\$ 475.328.252,00	10%	6%
4	PARAGUAI	\$ 440.268.342,00	10%	6%
5	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 298.461.573,00	7%	4%
6	CHILE	\$ 256.302.589,00	6%	3%
7	ALEMANHA	\$ 247.564.013,00	5%	3%
8	VENEZUELA	\$ 224.833.650,00	5%	3%
9	ITALIA	\$ 211.956.745,00	5%	3%
10	URUGUAI	\$ 198.722.101,00	4%	3%
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 4.544.118.297,00	100%	57%
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 7.905.567.267,00		

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

As médias empresas em 2013 mantiveram o mesmo perfil do ano de 2012. Os dez principais países exportadores juntos corresponderam a 57% do valor total FOB dólar e os Estados Unidos e Argentina são os dois principais importadores.

O GRAFO 4 ilustra a rede dos países envolvidos com as pequenas e médias empresas no ano de 2013.

Grafo 4: Formação das redes das PMEs no ano de 2013



Fonte: dados do AliceWeb, 2015

O GRAFO 4 ilustra as relações das pequenas e das médias empresas com os países que ambas interagiram no ano de 2013. É possível observar a forte interação com os Estados Unidos e Argentina. Sendo mais evidente a força do laço das médias empresas, assim como percebido nos anos anteriores.

Ano de 2014

Quadro 10: 10 principais países importadores das pequenas empresas no ano de 2014.

PEQUENAS EMPRESAS					
ANO 2014					
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL	
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 312.164.474,00	33%	18%	
2	PARAGUAI	\$ 123.058.930,00	14%	8%	
3	ARGENTINA	\$ 112.912.243,00	13%	7%	
4	CHINA	\$ 78.567.106,00	9%	5%	
5	URUGUAI	\$ 55.181.804,00	6%	4%	
6	ALEMANHA	\$ 53.835.201,00	6%	3%	
7	BOLIVIA	\$ 52.306.684,00	6%	3%	
8	ITALIA	\$ 51.074.279,00	6%	3%	
9	CHILE	\$ 49.893.820,00	6%	3%	
10	REINO UNIDO	\$ 47.897.102,00	6%	3%	
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 936.891.643,00	100%	58%	
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 1.746.003.758,00			

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

Conforme o QUADRO 10, o grupo dos dez principais países importadores das pequenas empresas brasileiras corresponderam juntos o total de 58% do total importado. Em

relação ao ano anterior percebe-se uma mudança, pois o segundo lugar ficou com o Paraguai e a Argentina ficou em terceiro, como principal importador. Mas os Estados Unidos se mantiveram como o principal importador das pequenas empresas brasileiras.

Quadro 11: 10 principais países importadores das médias empresas no ano de 2014.

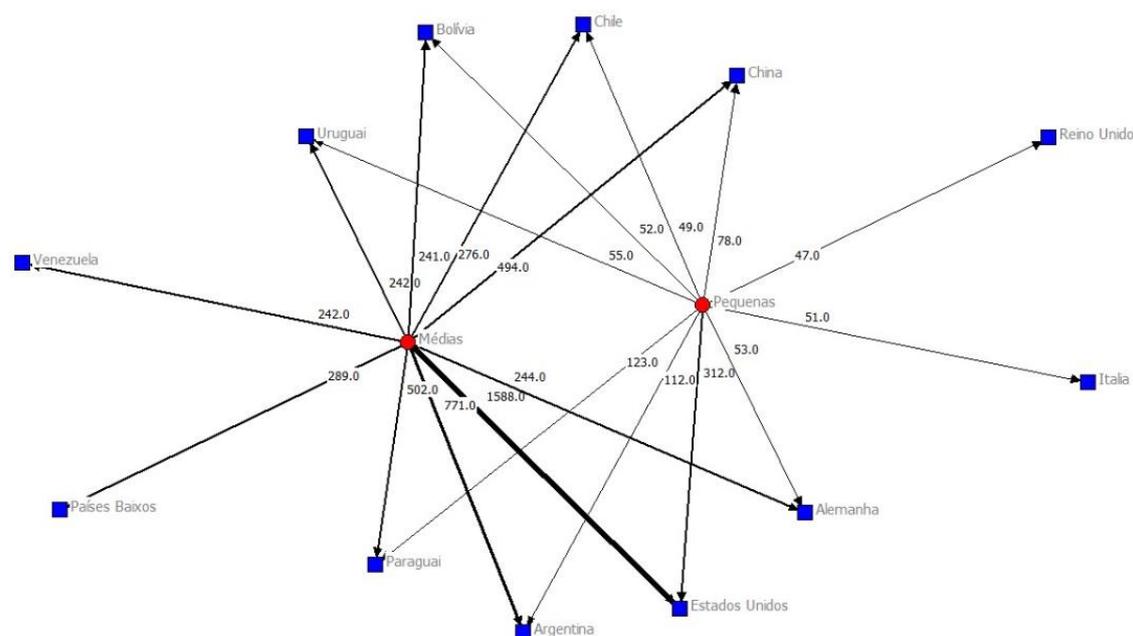
MÉDIAS EMPRESAS ANO 2014					
CLAS.	PAÍS	VALOR USD	% 10 PAÍSES	% GERAL	
1	ESTADOS UNIDOS	\$ 1.588.172.437,00	32%	18%	
2	ARGENTINA	\$ 771.152.529,00	16%	9%	
3	PARAGUAI	\$ 502.779.869,00	10%	6%	
4	CHINA	\$ 494.087.925,00	10%	6%	
5	PAISES BAIXOS (HOLANDA)	\$ 289.586.170,00	6%	3%	
6	CHILE	\$ 276.861.846,00	6%	3%	
7	ALEMANHA	\$ 244.456.717,00	5%	3%	
8	URUGUAI	\$ 242.461.946,00	5%	3%	
9	VENEZUELA	\$ 242.350.691,00	5%	3%	
10	BOLIVIA	\$ 241.207.163,00	5%	3%	
TOTAL EXPORTADO PELOS 10 PAÍSES		\$ 4.893.117.293,00	100%	56%	
TOTAL GERAL EXPORTADO NO ANO		\$ 8.663.853.913,00			

Fonte: dados do AliceWeb, 2015

As médias empresas em 2014 mantiveram o mesmo perfil do ano de 2013. Os dez principais países exportadores juntos corresponderam a 56% do valor total FOB dólar, ligeira queda em relação ao ano anterior e os Estados Unidos e Argentina são os dois principais importadores, assim como em todos os anos anteriores pesquisados.

O GRAFO 5 ilustra a rede dos países envolvidos com as pequenas e médias empresas no ano de 2013.

Grafo 5: Formação das redes das PMEs no ano de 2014



Fonte: dados do AliceWeb, 2015

O GRAFO 5 ilustra as relações das pequenas e das médias empresas com os países que ambas interagiram no ano de 2014. É possível observar a forte interação com os Estados Unidos e Argentina. Sendo mais evidente a força do laço das médias empresas.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa era analisar a rede de países importadores das pequenas e médias empresas brasileiras nos anos de 2010 a 2014. Segundo os dados da pesquisa, o número de empresas bem como os valores se manteve estáveis no período analisado, demonstrando uma regularidade tanto nas pequenas, quanto as médias empresas.

Sobre os países importadores verificou-se que tanto as pequenas quanto as médias empresas tem os Estados Unidos como o principal país importador e a Argentina como o segundo, quando verificado o valor FOB dólar de exportação. Ambos tiveram declínio na importação de produtos importados no ano de 2011 e um ligeiro sinal de crescimento a partir do ano de 2013.

Percebeu-se que há uma concentração muito grande em pouca diversidade de países, isso tanto pelas pequenas, quanto pelas médias empresas. Apesar de terem uma forte diferença do valor FOB dólar de exportação ambos portes de empresas tem um comportamento muito similar durante o período analisado. Considerando Olave e Amato Neto (2001) sobre a possibilidade que as redes oferecem de reduzir riscos e incertezas, torna-se relevante fortalecer o trabalho em redes para as PMEs conseguirem atuar de forma mais imponente no mercado internacional.

Esta pesquisa se limitou as empresas de pequeno e médio porte e seus principais mercados de exportação. Como pesquisas futuras, sugere-se que seja feita uma investigação para todos os portes de empresas e um aprofundamento sobre os principais grupos de produtos exportados e seu comportamento ao longo dos anos.

REFERENCIAS

ALCÂNTARA, J. N.; CALEGARIO, C. L. L.; CARNEIRO, J. M. T.; BUCHBINDER, F. Fatores Determinantes da Utilização de Programas de Apoio à Exportação: Evidências de PMEs do Estado de Minas Gerais. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 14, n. 3, p. 114-132, 2015.

ALVES, Juliano Nunes *et al.* Redes de cooperação de pequenas e médias empresas: os fatores competitivos aplicados em uma rede de imobiliárias. **Revista Gestão e Regionalidade**, v. 26, n.78, p. 18-35, set-dez. 2010.

ALVES, P. S. M. Estruturação, gestão e governança de redes de pequenas e médias empresas: um estudo no varejo farmacêutico da região metropolitana de Belo Horizonte. 96 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Administração, Universidade FUMEC, Belo Horizonte, 2008.

ANDERSSON, S.; WICTOR, I. Innovative Internationalisation in New Firms: Born Globals – the Swedish Case. *Journal of International Entrepreneurship*, v.1, p.249-276, 2003.

BELL, J. (1995). The internationalization of small computer software firms: A further challenge to “stage” theories. *European Journal of Marketing*, 29(8), 60–75

CAMPOS, Teodoro Malta; LIMA Edmilson de Oliveira, Júnior; Vladas Urbanavicius; Alves, Danilo Vieira. **INTERNACIONALIZAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A ATUAÇÃO DO SEBRAE**. *Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista*, v.5, n.1, p.36-50, 2011 (Jan/Abr)

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHILD, J., RODRIGUES, S.B., & FRYNAS, G. (2009). Psychic distance, its impact and coping modes: Interpretations of SME decision makers. *Management International Review*, 49(2), 199-224.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175p.

GRANDORI, A.; SODA, G. Inter-firm networks: antecedents, mechanisms and forms, **Organization Studies**, v. 16, n. 2, p. 183-214, 1995.

JOHANSON, J. ; VAHLNE, J-E. The Internationalization Process of the Firm – a Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, vol. 8, no 1, 1977, p.23-32

JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-PAUL, W. The Internationalization of the Firm – Four Swedish Cases. *Journal of Management Studies*, October, 1975, p.305-322

LUCIAN, Rafael; OLIVEIRA Brigitte Renata Bezerra; Como as corporações se internacionalizam? Uma análise dos modos de entrada sob a perspectiva dos países emergentes. **Revista Administração e Diálogo**, v. 10, n. 1, 2008, p. 47-65.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing**. 3. ed. São Paulo. Atlas: 2000.

OLAVE, Maria Elena León; NETO, João Amato. Redes de cooperação produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas. **Gestão & Produção** v.8, n.3, p.289-303, dez. 2001.

RICUPERO, Rubens, BARRETO, Fernando Mello. A importância do investimento direto estrangeiro do Brasil no exterior para o desenvolvimento socioeconômico do país. In: ALMEIDA, André (Org.). **Internacionalização de Empresas Brasileiras: Perspectivas e Riscos**. Editora Campus. Rio de Janeiro: 2007.

VERNON, Raymond. International Investment and International Trade In the Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*, May 1966