

INTERNACIONALIZAÇÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UMA META-ANÁLISE QUALITATIVA

Franciani Fernandes Galvão ¹
Pedro José Steiner Neto ²
Thiago Antonio Beuron ³
Fabiana Giondim Mariutti ⁴

Área de conhecimento: Internacionalização
Eixo Temático: Estratégia e Administração de Marketing

RESUMO

Este estudo buscou evidenciar as pesquisas sobre a Internacionalização das Micro e Pequenas Empresas no Brasil. Por meio de pesquisa descritiva, aplicando a coleta de dados bibliográfica com perspectiva temporal de análise longitudinal, contemplando 10 anos de estudos, entre 2001 e 2011 e utilizando de Meta-Análise Qualitativa como mecanismo de investigação e análise de conteúdo. As variáveis pesquisadas foram os pesquisadores da área, as instituições de ensino superior, eventos e periódicos que mais publicam sobre o tema, a estratégia e a classificação de pesquisa empregados, os instrumentos de coleta de dados utilizados, a segmentação econômica, o tamanho e a nacionalidade das empresas estudadas. Por resultado foram encontradas 11 pesquisas, entre artigos e dissertações, indicando que os processos de internacionalização das micro e pequenas empresas ainda estão sendo explorados no país.

Palavras-chave: Exportação de micro e pequenas empresas. Internacionalização. Meta-análise qualitativa. MPE's.

INTRODUÇÃO

A estratégia de internacionalização diz respeito ao direcionamento de procedimentos, ferramentas e tecnologias de uma empresa com vistas à comercialização ou investimentos através das fronteiras entre países, onde estas “organizam, abastecem, fabricam, comercializam e conduzem atividades de valor agregado em escala internacional” (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERGER, 2010, p. 03).

Competir em ambiente global está deixando de ser uma opção e, aos poucos vêm se transformando em exigência (CORTEZIA; SOUZA, 2011) e o que antes era privilégio apenas das grandes organizações multinacionais (PIORE; SABEL, 1984; DUBOIS ET AL., 1993), hoje também é a realidade para muitas pequenas empresas

¹ Mestre em Administração pela UFPR; Professora na UNICENTRO *campus Irati*; francianigalvao@gmail.com;

² Doutor em Administração pela USP; Professor na UFPR; pedrosteiner@ufpr.br

³ Mestre em Administração pela UFSM; Professor na UNIPAMPA; thyagobeuron@hotmail.com

⁴ Mestre em Administração pela FEA USP-RP; Professora na Faculdade Ribeirão Preto; famariutti@yahoo.com.br



(OVIATT; MCDUGALL, 1994; COVIELLO; MUNRO, 1995; JONES, 1999; YIP ET AL., 2000).

Com a globalização dos mercados, os avanços da tecnologia e outros fatores facilitadores, cada vez mais as micro, pequenas e médias empresas estão procurando oportunidades de negócios no mundo (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERGER, 2010). Atualmente, elas respondem por cerca de um terço das exportações da Ásia e de um quarto das de nações ricas da Europa e América do Norte, já em países como a Itália, Coréia do Sul e China, as PME's contribuem com mais de 50 por cento do total das exportações nacionais (OECD, 1997).

No Brasil, a internacionalização das micro e pequenas empresas é meta dos órgãos do governo que coordenam o comércio exterior, e hoje, são concedidas diversas vantagens para incentivar a exportação e tornar os preços mais competitivos, como a isenção de alguns impostos e tarifas ao micro e pequeno empreendedor (MARQUES; OLIVETE, 2012). Muito embora exista inclusive uma área específica no Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), destinada à Internacionalização de MPEs, esse movimento ainda não foi captado plenamente por elas, pois, os números de internacionalização ainda são muito baixos no País, por exemplo, no estado de São Paulo, onde se concentram 98% das PME's do País, mas apresenta apenas 1,6% de empresas em processo de exportação (MARQUES; OLIVETE, 2012).

Este estudo busca preencher a lacuna referente à visualização concreta sobre a pesquisa da temática “*Internacionalização de micro e pequenas empresas*” no país, pois, por meio dela, buscou-se identificar quais áreas de pesquisa ainda não foram abordadas, bem como, possibilitará a descrição de novos estudos que auxiliarão no crescimento da pesquisa científica no país. A pesquisa visou responder aos seguintes questionamentos: Estamos, como comunidade científica, estudando adequadamente este processo no país? Quem são os pesquisadores e instituições que mais pesquisas fazem nesta área? Quais são os aprofundamentos das pesquisas sobre o tema?. O texto iniciará por uma breve explanação sobre o contexto das Micro e Pequenas empresas no Brasil, seguida pelo o contexto da internacionalização das MPE's.

1 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

1.1. Micro e Pequenas Empresas – MPE's



Existem várias maneiras de classificar as empresas no Brasil, porém especificar algum padrão de tamanho para definir pequenas empresas seria algo arbitrário, pois as pessoas e países adotam padrões diferentes para propósitos diferenciados (PEREIRA, 2003). As empresas podem ser qualificadas por número de funcionários, receita bruta, ativo total, volume de exportação, entre outras classificações. Atualmente, no Brasil, as classificações de porte das empresas mais comumente utilizadas são feitas pelo número de empregados e pela receita bruta e no que diz respeito às exportações, utiliza-se o valor exportado, como apresentado na Tabela 1.

Tabela 1: Porte de Empresas Brasileiras

PORTE	INDÚSTRIA			COMÉRCIO E SERVIÇOS	
	Nº Empregados IBGE/SEBRAE ¹	Receita Bruta (R\$)	VALOR Exportado	Nº Empregados IBGE/SEBRAE	VALOR Exportado
Micro Empresa	Até 19	≤ 360.000	Até US\$ 400 mil	Até 9	Até US\$ 200 mil.
Pequena Empresa	De 20 a 99	De 360.000 a 3.600.000	Até US\$ 3,5 milhões	De 10 a 49	Até US\$ 1,5 milhão
Média Empresa	De 100 a 499	De 3.600.000 a 12.000.000	Até US\$ 20 milhões	De 50 a 99	Até US\$ 7 milhões
Grande Empresa	Acima de 500	Acima de 12.000.000	Acima de US\$ 20 milhões	Acima de 100	Acima de US\$ 7 milhões

Fonte: 1-classificação de acordo SEBRAE; 2-Lei 163/06; 3 – Classificação MDIC 2011.

Pequenas e médias empresas (PME's) são diferentes das grandes organizações e essas diferenças primariamente dizem respeito, sobretudo a características específicas de PME como características reativas, mentalidade de combate a incêndios, as limitações de recursos, estratégias informais e estruturas flexíveis (HUDSON et al., 2001), conseqüentemente, estas tendem a ter uma taxa de falhas maior do que a de grandes organizações. Como no caso do Brasil, onde a taxa de mortalidade de empresas beira a 26% (SEBRAE, 2010).

Ainda em se tratando de MPE no Brasil, na década de 1980, com a redução do ritmo de crescimento da economia e processos inflacionários inflamados, resultando em maior nível de desemprego e conseqüentemente menor de renda, “os pequenos negócios passaram a ser considerados uma alternativa para a ocupação da mão de obra excedente, fazendo surgir ao final da década as primeiras iniciativas mais concretas para incentivar a abertura de micro e pequenas empresas na economia” (IBGE, 2003, p. 15). Como por exemplo, a implantação do “primeiro Estatuto da Microempresa (Lei nº 7.256 de 27 de novembro de 1984) e a inclusão das micro e pequenas empresas na Constituição Federal de 1988, que passou a garantir-lhes tratamento diferenciado (Artigo 179 do Capítulo da Ordem Econômica)” (IBGE, 2003, p. 15).



Thode Filho e Caldas (2008) descrevem-na por empresa que é operacionalizada pelo proprietário, que possui poucos empregados, poucos produtos ou tipos de serviços, baixas margens de lucro, baixas despesas gerais, baixo capital de giro, pequena área de atuação, conhecimento limitado de tecnologias de informação e sistemas de informação manuais.

Dentro desta composição distintiva de MPE, ela porta características próprias, que segundo Leone (1999), são divididas em:

a)Especificidades Organizacionais: possuem estrutura organizacional simples, mais centralizada, necessitando de quantidade menor de unidades ou funções administrativas. [...] b)Especificidades Decisionais: a tomada de decisão é baseada na experiência, no julgamento ou na intuição do proprietário-dirigente. [...] c)Especificidades Individuais: caracteriza-se pelo papel predominante de um só indivíduo na organização, o proprietário-dirigente (Thode Filho & Caldas, 2008, p. 03).

Agregando ao contexto supracitado, o SEBRAE-PR pontua ainda algumas distinções exclusivas das MPE's em comparação às médias e grandes empresas, como: menor carga tributária, produção não seriada, informalidade, ausência de dados e controles, decisões centralizadas, mão de obra não qualificada, menores salários, adequação aos clientes, versatilidade produto / venda / ramo, custos unitários maiores, contato direto com o cliente, confusão indivíduo / família / empresa, administrada pelo empresário / proprietário (THODE FILHO; CALDAS, 2008). Sem dúvidas, são características muitas vezes justificadas pela informalidade de processos ou mesmo pela falta de cobranças legais governamentais configurando a MPE.

Apesar desta exclusividade, estas empresas trazem ainda pontos positivos se comparadas às de grande porte, como “a flexibilidade de adaptação às necessidades do mercado, estrutura enxuta, fluxo de informação mais eficiente, maior possibilidade de organização e controle, entre outros” (CALDAS et al., 2010, p. 96).

No Brasil, a atividade das MPE's ocupa proporções de destaque em relação a outros países do mundo, considerando o número de empresas desse porte existente (5,1 milhões - 98% do total de empresas no Brasil) e participação das mesmas no PIB (apenas 20%) (AXINN; MATTHYSSENS, 2001). Sua outra propriedade contributiva para o crescimento e desenvolvimento do País, é a de servirem de 'colchão' amortecedor do desemprego (IBGE, 2003, P. 15), haja vista, comportar a grande maioria das empresas do país, sejam formais ou informais.



Em se tratando de exportação, as MPE's, no Brasil, de acordo com o relatório do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, intitulado "Exportação brasileira por porte de empresa – 2011" (MDIC, 2012), as micro e pequenas empresas (MPE's) são o grupo preponderante no comércio exterior, com participação de 45,4% (Figura1) no total de estabelecimentos, correspondendo a 9.973 empresas. Contudo, desde o início do registro da série por parte do MDIC, as "MPE's são maioria absoluta no comércio exterior brasileiro, tendo alcançado o pico em 2005, quando 12.218 empresas da categoria exportaram" (MDIC, 2012, p. 1). Entretanto, sua participação ainda não é expressiva no contexto nacional, apresentando participação de apenas 0,8% nas exportações de 2011 (MDIC, 2012).

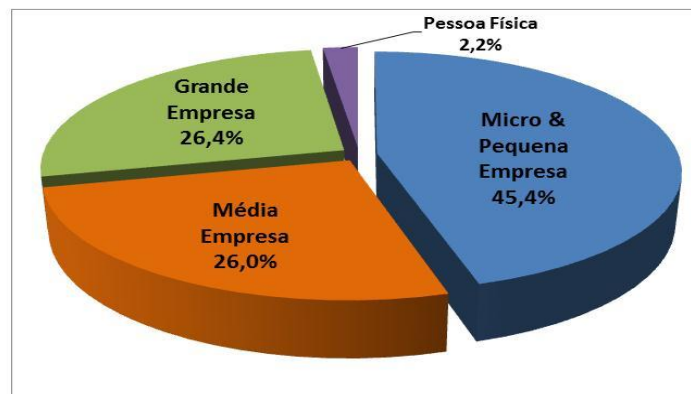


Figura 1. Exportação brasileira por porte de empresa 2011: Participação % no número de empresas
Fonte: MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR - MDIC. Exportação brasileira por porte de empresa 2011: relatório. Brasília: MDIC, 2012.

Não apenas no Brasil, mas em todo o mundo, elas têm sido reconhecidas como motores de crescimento e desenvolvimento (HARPER, 1984). Sendo importantes atores no bem estar das comunidades locais e regionais, com um considerável potencial de criação de emprego (KOTLER, 2004). Haja vista, o número de Micro, Pequenas e Médias empresas - MPME's - ter crescido aproximadamente 6% por ano de 2000 a 2006, sendo a Europa e a Ásia central a experimentar um maior crescimento, com 15%. Por exemplo, de acordo com a pesquisa de Kushnir, Mirmulstein e Ramalho (2010) das 132 economias estudadas, existiriam 125 milhões de MPME's, das quais 89 milhões operariam em mercados emergentes. Na Europa as Micro, pequenas e médias empresas seriam o motor da economia europeia, sendo fonte essencial de empregos, para criar espírito empreendedor inovador sendo cruciais para promover a competitividade e emprego nestes países (ŠČEULOVŠ; GAILE-SARKANE, 2012).

1.2. Teorias da internacionalização

As teorias da internacionalização têm suas raízes na organização industrial e economia, e se desenvolveram entre 1970 e 1980, e foi quando as multinacionais americanas começaram a investir na Europa e quando as pequenas empresas europeias começaram a exportar, na maioria das vezes para os países vizinhos (AXINN; MATTHYSSENS, 2001). Assim, pode-se entender internacionalização como um processo no qual há um envolvimento crescente da empresa, seja micro, pequena, média ou grande nas atividades internacionais (CUNHA; ROCHA, 2011). Entretanto, existem algumas maneiras de classificação do processo de internacionalização, que podem ser baseados em critérios econômicos e na evolução comportamental (CUNHA; ROCHA, 2011). Assim, as teorias que fazem parte do contexto econômico seriam a teoria da internalização, teoria do ciclo de vida do produto, teoria do custo de transação, teoria do paradigma eclético e organização industrial. Já, a teorias comportamentais são as teorias elaboradas pela Escola de *Uppsala*, a teoria das redes, teoria do empreendedor internacional e as *born globals*.

Quanto a teoria econômica, esta seria integrada por teorias que “examinam a organização da produção, do investimento e do comércio internacional [...]”, onde concentrariam-se em aspectos referentes aos fenômenos da macroeconomia nas organizações, e assim, iniciaria-se a avaliação racional do contexto econômico que envolve o processo de internacionalização, com vistas a maximizar o retorno econômico (Dal-Soto; Bulé, 2012, p.4).

Já a teoria organizacional ou comportamental, Dal-Soto e Bulé (2012) comentam que ela tem como foco o comportamento organizacional dentro da empresa que almeja enfrentar o mercado internacional sendo originada nos modelos de estágios de internacionalização. É também:

centrada no tomador de decisão e no comportamento organizacional através de variáveis mais subjetivas. Nesse enfoque, o processo de internacionalização depende das atitudes, percepções e comportamento dos tomadores de decisão, os quais buscam a redução dos riscos nas decisões sobre onde e como expandir (Dal-Soto; Bulé, 2012, p. 4).

Cunha e Rocha (2011) explanam que dentre as teorias baseadas em critérios econômicos, a teoria da internalização se destaca pelo direcionamento à importância da eficiência nas transações entre as unidades produtivas, sendo que nela, o custo



de transação seria o indicador para a integração pelo mercado ou pela hierarquia (BUCKLEY; CASSON, 1976; RUGMAN, 1985). Em suma, “a empresa se internacionaliza passando do processo de exportação para outros mais complexos, a fim de que os recursos e conhecimentos compartilhados no exterior sejam de propriedade exclusiva da empresa” (BORINI et al., 2006, p. 44). Garantindo que as capacidades e recursos que foram criados no exterior acabem se tornando competências essenciais da empresa (BORINI et al., 2006; BARNEY, 1991).

A teoria do ciclo de vida do produto concebida por Vernon (1966) foi “desenvolvida nos quadros de referência da organização industrial e da tecnologia como variável macroeconômica”. Na teoria do custo de transação (WILLIAMSON, 1975), quanto “maior o custo na busca de informação, menores os problemas decorrentes do fechamento de um contrato e vice-versa” (BORINI et al., 2006, p. 44), mesmo que a empresa decida internacionalização pelo processo de exportação, ela enfrenta custos, como a busca de informação e cumprimento de contratos, e estes seria os custos de transação (BORINI et al., 2006). A teoria do paradigma eclético ou teoria OLI (DUNNING, 1980) explica que a atuação internacional direta ou por meio de parcerias apresenta três vantagens: vantagens inerentes à empresa (*Ownership - O*); vantagens inerentes aos países (*Location - L*); vantagens em investir em outro mercado a partir de ativos proprietários (*Internalization - I*) (BORINI et al., 2006). Finalizando o direcionamento econômico, existe a teoria da organização industrial (CAVES, 1971; HYMER, 1960) ou teoria do poder se mercado (HYMER, 1976). Baseada na ideia de que fazer comercialização com o exterior seria mais caro do que com o mercado doméstico, e assim, a empresa que se aventurar deveria explorar “as vantagens comparativas sobre as imperfeições de mercado e produtos” (BORINI et al., 2006, p. 45).

Em relação à abordagem comportamental, inicialmente existe o modelo de Uppsala (JOHANSON; VAHLNE, 1977), onde a empresa internacionaliza investindo recursos de maneira gradual, iniciado com o processo de exportação, seguindo para parceria internacional e conseqüentemente com o estabelecimento de força própria de venda e produção local (BORINI et al., 2006). E assim:

a partir de um determinado nível de conhecimento sobre o mercado (distância psíquica) são estabelecidos investimentos externos (comprometimento); baseado nesses investimentos a firma desempenhará suas atividades que, em função dos resultados (graduais), levam a um nível de investimento no mercado (CUNHA; ROCHA, 2011).



Na teoria de redes (ANDERSSON; FORSGREN; HOLM, 2002; BJORKMAN; FORSGREN, 2000; JOHANSSON; VAHLNE, 1990; JOHANSON; MATTSO, 1986; TURNBULL, 1986), ou Networks, considerada uma evolução da escola de Uppsala (ROSA, 2006), as empresas são inseridas em redes de relacionamento. Onde encontram acesso de forma processual a recursos e habilidades externas que não possuíam, obtendo assim uma vantagem competitiva diferenciada (BORINI et al., 2006). Na teoria do empreendedor internacional (ANDERSSON, 2000), o autor utiliza “arcabouço teórico fortemente influenciado pela literatura de empreendedorismo [...] investiga a relação entre a ação empreendedora e escolhas estratégicas internacionais” (ROSA, 2006, p. 24). Por fim, a teoria da *Born global* (MADSEN; SERVAIS, 1995; KNIGHT; CAVUSGIL, 1995). Esta empresa já nasce global, devido a influencia das inovações tecnológicas, experiência internacional em negócios e a especialização dos mercados (BORINI et al., 2006).

1.3. Internacionalização de MPE's

Em vários países têm-se implementado políticas destinadas a incentivar MPE's a aumentarem suas atividades internacionais para impulsionar o crescimento econômico do país de origem (KAMAKURA; RAMÓN-JERÓNIMO; GRAVEL, 2012). E mesmo que no princípio das pesquisas sobre internacionalização tenha sido focado no contexto da grande empresa, atualmente existem muitos estudos sobre as empresas de menor porte (CORTEZIA; SOUZA; VIEIRA, 2007; OVIATT; MCDOUGALL, 1994; COVIELLO; MUNRO, 1995; JONES, 1999; YIP *et al.*, 2000; KNIGHT; CAVUSGIL, 2004).

Entretanto, mesmo diante de um atual cenário de maior possibilidade de expansão das empresas, as pequenas ainda enfrentam alguns desafios no efetivo processo de internacionalização (CORTEZIA; SOUZA; VIEIRA, 2007). Sendo a maioria deles advindos da limitação imposta pela falta de recursos e capacidade, bem como, altos impostos, mas que, no geral incorrem de maneira distinta para cada empresa (KARAGOZOGLU; LINDELL; 1998). Porém, a “principal questão que diferencia o processo de internacionalização das pequenas empresas, referenciado por praticamente todos os autores que tratam do tema, é justamente a limitação de recursos decorrente de seu porte” (CORTEZIA; SOUZA; VIEIRA, 2007, p. 06). Por exemplo, na pesquisa efetuada por Kamakura, Ramón-Jerónimo e Gravel (2012), os resultados sugerem que atualmente, o corrente dinamismo do mercado reduz a



probabilidade que as MPE's se transformem completamente globais, provavelmente por causa do crescimento corrente tanto nos mercados doméstico quanto internacional, fazendo a empresa menos motivada a buscar novos mercados externos.

Há mais de uma década, Karagozoglu e Lindell (1998) apontavam “a falta de experiência gerencial e competência para explorar oportunidades em mercados internacionais”, e as dificuldades em obter informações sobre mercados internacionais, bem como, as “dificuldades quanto à disponibilidade de recursos, se comparados às grandes competidoras globais” (CORTEZIA; SOUZA; VIEIRA, 2007, p. 06), como entraves para as pequenas empresas norte-americanas no processo de internacionalização.

Mas, para as autores Li, Li e Dalgic (2004), a teoria deveria ser revista em sua análise sobre as implicações da internacionalização para pequenas empresas, para eles, a aprendizagem pela experiência pode ser viável para pequenas empresas que vislumbram uma oportunidade no mercado externo, mas não têm conhecimento relevante e competências, ou operam em setores economicamente voláteis.

De fato, as empresas que procuram aventurar-se no mercado internacional sofrem vários entraves como, as “dificuldades de lidar com todas as variáveis, somadas às dificuldades de acesso aos financiamentos para exportação, à falta de infraestrutura, às excessivas barreiras burocráticas e legais”, que impedem-nas de manterem-se ativas, e inclusive, de crescer no mercado internacional (KLOTZLE; THOMÉ, 2006, P. 340; VEIGA, 2002). Relegando-as muitas vezes a atuações pífias e amadoras no contexto internacional.

2 METODOLOGIA

Estabeleceu-se para este estudo a adoção do termo genérico “micro e pequena empresa”, e o método de pesquisa utilizado para este estudo foi descritivo. No que diz respeito ao procedimento de coleta de dados, esta foi uma pesquisa bibliográfica, tendo como característica metodológica a perspectiva temporal de análise longitudinal, contemplando uma amplitude de 10 anos, entre 2001 e 2011.

Quanto ao mecanismo de investigação, foi utilizada a meta-análise qualitativa, referida igualmente como meta-síntese qualitativa (SANDELOWSKI; DOCHERTY; EMDEN, 1997), análise meta-data-qualitativa (PATERSON *et al.*, 2001) e meta-



etnografia (NOBLIT; HARE, 1988). O termo meta-análise qualitativa foi usado primeiramente por Stern e Harris em 1985, em referência à síntese de um grupo de achados de pesquisa qualitativa numa teoria explanatória, modelo ou descrição (PATERSON *et al.*, 2001). Trata-se de um “processo de descrição interpretativa, orientado por determinadas categorias teóricas” em que o “resultado final é uma visão mais acurada do desenvolvimento da área analisada” (RODRIGUES, 2002, p. 26). Tem, ainda, “como objetivo principal reagrupar uma grande quantidade de estudos primários para combinar os resultados e obter uma ampla representação de um dado fenômeno” (BEAUCHER; JUTRAS, 2007, p. 60), e sua principal vantagem é obter uma visão geral de determinado fenômeno.

A população desse estudo foi composta por quatro conjuntos de publicações, sendo eles: anais, periódicos, teses e dissertações. Como unidade de análise foram contemplados os artigos publicados nos anais dos eventos da ANPAD: ENANPAD, EMA, 3Es. Os artigos publicados nos periódicos acadêmicos nacionais da área de Administração reconhecidos pelo sistema *Qualis* Capes A1, A2, B1, B2 e B3 e Teses e Dissertações produzidas nos programas de Mestrado e Doutorado recomendados pela Capes na área de Administração no Brasil, com classificação 4, 5, 6 e 7.

O levantamento foi efetuado pela busca de materiais nos *websites* dos periódicos e IES, com a descrição pela “palavra-chave”: internacionalização de (das) micro e pequenas empresas e/ou exportação de (da) micro e pequenas empresas, bem como, pela presença no campo “palavra-chave” compostos nos documentos, mesmo separados os termos internacionalização e micro e pequenas empresas, exportação e micro pequenas empresas. As variáveis analisadas foram: **Tipo de publicação**: distinção entre artigo, tese e dissertação nacional; **Ano de publicação**: refere-se ao período que compreende a análise deste estudo, de janeiro de 2001 vai até dezembro de 2011; **Evento ou periódico publicador**: identificação dos eventos e periódicos mais importantes da academia brasileira que abordam a temática estudada; **Temática estudada**: A operacionalização deste sistema ocorrerá pela classificação analógica e progressiva dos elementos onde o título conceitual de cada categoria será definido ao final da operação, num processo cíclico em que as categorias terminais derivarão do reagrupamento sucessivo de categorias com generalidade mais fraca, numa sequência de refinamentos gradativos, conforme sugerido por Andrade (2008) e Bardin (2004); **Afiliação Acadêmica**: identificar e



descrever os autores que mais publicaram sob o contexto do assunto durante os 10 anos estudados, independentemente de sua ordem publicada no artigo e dissertação; **Autores mais profícuos**: identificar e descrever os autores que mais publicaram sob o contexto da internacionalização das micro e pequenas empresas durante os nove anos estudados, independentemente de sua ordem na publicação do artigo e dissertação; **Estratégia de pesquisa**: classificação seguida a partir da classificação estabelecida por Malhotra (2001), sendo pela identificação de pesquisa: exploratória, descritiva e causal; **Classificação da pesquisa**: Pesquisa qualitativa: etnografia, fenomenologia, *grounded theory*, observação participante, história oral/ história de vida/biografia, pesquisa ação, estudo de caso, estudo de casos múltiplos, mais de um estudo e outros estudos. Pesquisa quantitativa: *survey*, experimento e quase experimento. E a pesquisa mista; **Instrumentos de coleta de dados**: variáveis como pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, entrevista não-estruturada, entrevista semi-estruturada, entrevista estruturada, técnicas prospectivas (cenários), grupos focais, mais de uma forma qualitativa de coleta de dados, questionários por entrevista pessoal, questionário enviado pelo correio, questionário eletrônico, simulação, outras técnicas, mais de uma forma de coleta de dados; **Segmento econômico**: identificar quais os setores da economia foram mais estudados e entendê-los dentro do contexto da pesquisa. Setores: agrícola, Industrial, serviços, 3º setor: ONGs - organizações não governamentais, OSCIP - organização da sociedade civil de interesse público e fundações, setor público ou estudo multissetorial; **Tamanho da empresa estudada**: distinção entre Micro ou Pequena empresa; **Nacionalidade da empresa estudada**: nacional, internacional, ambas.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Foram encontrados onze documentos, entre dissertações e artigos, e nenhuma tese. Assim, dos trabalhos analisados 3 foram dissertações, 3 foram artigos provenientes de periódicos científicos da área de Administração e 5 artigos dos eventos pesquisados (ENANPAD, EMA, 3Es). A princípio, infere-se que a quantidade de publicação sob este tema é baixa, porém, a julgar pelo recente direcionamento dos estudos na área de internacional algumas observações devem ser pontuadas, tais como, a nomenclatura inadequada estabelecida por muitas



pesquisas. Onde, o termo correto a ser estabelecido no contexto da palavra-chave deveria ser “Internacionalização de micro e pequenas empresas”, ou mesmo “Internacionalização” e “micro e pequena empresa”, mas isso muitas vezes não acontece. O que acontece é o estabelecimento da nomenclatura da micro apenas como referencia a “pequena empresa”.

Quanto à variável Ano de publicação, pôde-se constar que os trabalhos na área são recentes, apontando os anos de maior produção em 2007 e em 2011 com três publicações em cada ano.

Tabela 2: Ano e Tipo de Publicação

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TOTAL
Teses	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dissertações							2			1		3
Artigos Periódicos						1					2	3
Artigos ANAIS				1	1	1	1				1	5
TOTAL				1	1	2	3			1	3	11

Fonte: elaborado pelo autor.

No tocante à variável **Artigos publicados em eventos ou periódicos publicadores**, a distribuição ocorre da seguinte forma: foram publicados 3 artigos no ENANPAD, 1 no EMA e 1 no 3Es; 2 artigos na Revista de Micro e Pequenas Empresas - RMPE e 1 na Revista de Administração da USP - RAUSP. Foi encontrado o mesmo artigo, com nomes distintos, na RAUSP (“Fatores associados ao desempenho exportador de micros, pequenas e médias empresas brasileiras”) e no ENANPAD (“O Desempenho Exportador de Micro, Pequenas e Médias Empresas Brasileiras”), mas como esta pesquisa visa levantar nesta variável aspecto quantitativo, os dois foram contados distintamente.

Na variável **Temática estudada**, foram identificadas nove temáticas distintas, onde *desempenho exportador* (2 pesquisas), *consórcio de exportação* (2 pesquisas) e *processo de internacionalização* (2 pesquisas). Seguidos por *logística integrada*, *atividade exportadora*, *comércio eletrônico (Brazil Trade Net)*, *apoio do SEBRAE*, *Marketing na exportação*, onde cada temática apareceu em um trabalho distinto.

Quanto à **Afiliação acadêmica** dos autores, pôde-se constar que a IES que mais publicou no período foi a PUC-RJ com 4 aparições, seguida pela UNISINOS, UNINOVE e FUMEC com 3 publicações. O Centro Universitário UNA, FACESM, FGV-RJ, FGV-SP, PUC-SP, UFRGS, UPM apresentaram uma publicação cada. Cabe aqui salientar o expressivo caso apresentado anteriormente, quando da



submissão do mesmo artigo em evento e periódico por meio dos autores da PUC-RJ.

Quanto aos **Autores mais profícuos**, foram identificados 21 autores. Havendo a ocorrência dupla de autores devido à repetição de artigo em evento e periódico a duplicação do artigo em periódico e evento advindo dos autores: Dra. Cristiane Caires Thomé e do Dr. Marcelo Cabus Klotzle, com duas publicações cada um. Os outros autores apresentaram participação em apenas 1 trabalho, sendo eles: Breno de Paula Andrade Cruz, Danilo Vieira Alves, Deborah Moraes Zouain, Edmilson de Oliveira Lima, Elvio Corrêa Porto, Geraldo Galvão de França Filho, Gustavo C. Paiva Iamin, Jersone Tasso Moreira Silva, José Braz Goulart, Luciana Marques Vieira, Luiz Antônio Antunes Teixeira, Mário Teixeira Reis Neto, Reynaldo Dannecker Cunha, Sandro Luis Diesel Cortezia, Sussumo Tatenauti Konda, Teodoro Malta Campos, Thelma Valéria Rocha, Vladas Urbanavicius Júnior, Yeda Swirski de Souza.

Na variável **Estratégia de pesquisa fim**, dos onze trabalhos, foram encontrados 6 pesquisas exploratórias e 5 pesquisas descritivas. E quanto à **Classificação da pesquisa fim**, foi identificado a utilização de Survey em 4 trabalhos, de Estudo de caso múltiplo em 3 trabalhos e estudo de caso em 2 trabalhos. Já a *Grounded Theory* apareceu em 1 pesquisa e 1 dos trabalhos utilizou a pesquisa qualitativa, que buscava a formação de modelo conceitual com base na teoria. Na variável **Instrumentos de coleta de dados fim**, 5 dos trabalhos utilizaram a entrevista semi estruturada, 4 trabalhos utilizaram o questionário eletrônico, 1 trabalho utilizou a pesquisa bibliográfica e 1 trabalho utilizou a pesquisa mista, pois este último buscou variados modelos para responder seu questionamento de pesquisa, dentre eles a entrevista e a aplicação de questionário.

No tocante à **Segmentação econômica do estudo**, 6 foram elaborados sobre o setor industrial, 3 trabalhos foram multissetoriais e 1 foi efetuado numa empresa prestadora de serviços e quanto ao trabalho onde esta variável não se aplica diz respeito ao estudo com vistas a elaborar um modelo conceitual teórico, mencionado acima.

Como o termo abrangente Micro e Pequenas empresas, envolve a apresentação de ambas as colocações - micro empresa, pequena empresa – não dissociado do termo “micro” empresa, foi estabelecido para esta variável suas



aplicações como variáveis distintas, pois, de acordo com a busca efetuada, existiram trabalhos que apresentavam o termo “micro e pequena empresa” na palavra-chave, porém o corpo do texto tratava de médias e grandes empresas o que identicamente ocorreu nas buscas sob apenas o termo pequenas empresas, onde alguns trabalhos apresentavam o termo MPE para pequenas empresas ou vice versa. Nesta variável, **Porte da empresa estudada**, 5 trabalhos analisaram as micro, pequenas e médias empresas, 2 trabalhos apresentaram o estudo em micro e pequenas empresas, 2 estudos foram elaborados sobre pequenas empresas apenas, 1 estudo foi elaborado com informações de Micro, pequenas, médias e grandes empresas. Em 1 dos estudos esta variável não foi aplicada, pois se tratava de um ensaio teórico. Por fim, no tocante a **Nacionalidade da empresa estudada**, dez pesquisas foram elaborada em empresas nacionais e um dos estudos foi um ensaio teórico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dos 10 anos pesquisados, foi evidenciado que existe um apontamento mais recente para as pesquisas nesta temática, trazendo para a segunda metade dos anos pesquisados a maior quantidade de trabalhos com a especificação de micro e pequenas empresas. Quanto aos eventos pesquisados, assim como evidenciado nos trabalhos de GALVÃO (2011), ANDRADE (2008) e ROSSONI (2006), o Enanpad é o evento que mais congrega artigos pesquisados também sob esta temática, e pode se apresentar então como o grande aglutinador qualitativo para as publicações científicas no Brasil. No tocante aos periódicos, apenas a RMPE e a RAUSP apresentaram trabalhos sob o tópico, saliento que a RMPE é uma revista exclusiva para a temática da Micro e pequena empresa. A PUC-RJ se destacou com 4 obras publicadas, confirmando a força do direcionamento para internacionalização que os cursos tanto da PUC-RJ quanto da UFRJ têm. A quantidade de pesquisas exploratórias, bem como, a utilização da entrevistas e questionários para coleta de dados indicam a necessidade de coletar dados primários para posterior avaliação, indicando o recente direcionamento do estudo da área e a necessidade de uma construção teórica própria das empresas brasileiras. Ainda, o que prevalece são levantamentos no setor industrial, pois é nele que se encontram as empresas exportadoras do Brasil. A pesquisa apontou que os pesquisadores não buscam apenas estudar as micro empresa, mas também as pequenas e médias como sendo



perspectiva de um mesmo padrão de pequenas empresas, contudo, a própria constituição legal as distingue.

A princípio pode-se inferir que não estamos estudando suficientemente esta temática no país, haja vista a grande quantidade de pequenas empresas exportadoras, ou seja, aí se concentra um grande nicho de pesquisa que deve ser mais bem explorado. Porém as pesquisas têm explorado o desempenho das empresas no processo exportador, voltando-se para a teoria e o processo em si, ou seja, verificando internamente o processo de internacionalização e suas estratégias com vistas à promoção e venda internacional. Contudo, ainda necessita de um direcionamento de pesquisa verificando a relação específica com os clientes e suas perspectivas; a condição de MPE's de países emergentes em comparação com países desenvolvidos; a interferência da cultura organizacional e cultura local no processo de internacionalização; setores específicos e suas distinções em comparações entre si; empreendedorismo internacional; o micro empreendedor internacionalizado; globalização e internacionalização no contexto das micro e pequenas empresas familiares, entre outros.

Vários questionamentos e asseverações devem ser feitas a partir desta perspectiva estudada, primeiramente sobre a quantidade de trabalhos nesta temática que a princípio parece pequena, contudo, cabe aqui salientar que muitos outros estudos foram encontrados, porém, nem todos descrevem corretamente a nomenclatura “Micro e pequena empresa”. Muitos trabalhos encontrados e descartados estavam se referindo somente a Pequena empresa, mesmo que tenham tratado de micro empresa. Outro ponto seria a precariedade de algumas ferramentas de pesquisa que contemplem o acesso a teses e dissertações, poucos foram as pesquisas encontradas neste tema. Muitos sítios eletrônicos apresentam configuração que dificultam a consulta por obras com relação ao assunto ou palavra-chave. Necessita-se de normas mais claras e padronizadas quanto ao estabelecimento do assunto e palavra-chave dos trabalhos no momento de criá-los e publicá-los, pois, caso contrário, acaba dificultando a busca dos mesmos nas bases nacionais.

Como sugestão para futuras pesquisas, seria importante englobar pesquisas com a palavra-chave “internacionalização de pequenas empresas” e inclusive estudando algum traço comparativo entre as micro, pequenas, médias e grandes



empresas.

REFERÊNCIAS

Andersson, Svante. (2000). The internationalization of the firm from an entrepreneurial perspective. **International Studies of Management & Organization**. Sweden, v.30, n.1.

Andersson, U; Forsgren, M.; Holm, U. (2002). The strategic impact of external networks: subsidiary performance and competence development in multinational corporation. In: **Strategic Management Journal**, v. 23, p. 979-996.

Andrade, L. C. S. (2008). **Uma análise da produção científica nacional acerca da Internacionalização de Empresas Brasileiras**. Dissertação de Mestrado, Escola de Administração Empresarial de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo-SP, 182 f.

Axinn, Catherine N.; Matthysens, Paul. (2001). Limites das teorias de internacionalização em um mundo sem limites. **International Marketing Review**. Vol. 19, nº 5, p. 436-449.

Bardin, L. (2004). **Análise de Conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70.

Barney, J. (1991). Firm Resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**, v. 17, n. 1, p. 99-120.

Beaucher, V; Jutras, F. (2007). Étude comparative de la métasynthèse et de la méta analyse qualitative. **Revue Recherches Qualitatives**, vol. 27(2), pp. 58-77.

Bjorkman, I.; Forsgren, M. (2000). Nordic international business research: a review of its development. In: **International Studies of Management and Organization**, v. 30, n. 1.

Borini, Felipe Mendes; Ribeiro, Fernanda Cecília Ferreira; Coelho, Fernanda Peixoto; Proença, Eduardo Rezende. (2006). Prisma da internacionalização: um estudo de caso. **FACES – Revista de Administração**. Belo Horizonte, v. 5, n. 3, p. 42-55, set./dez.

Buckley, P. J.; Casson. (1976). **The future of the multinational enterprise**. London: Homes & Meier.

Caldas, Patrícia Trindade; Vasconcelos, Ana Cecília Feitosa de; Andrade, Elisabeth de Oliveira; Cândido, Gesinaldo Ataíde. (2010) Estratégias para internacionalização de empresas com atuação em redes: um estudo exploratório em um consórcio de exportação no setor de confecções. **Gestão da Produção, Operações e Sistemas**. Ano 5, nº 3, Jul-Set/2010.

Caves, R. (Fev. 1971). International corporations: the industrial economics of foreign investment. **Economica**, v. 38, p. 1-27.



CAVUSGIL, S. Tamer; KNIGHT, Gary; RIESENBERGER, John R. (2010). **Negócios internacionais: estratégia, gestão e novas realidades**. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Cortezia, Sandro Luís Diesel; Souza, Yeda Swirski de. (out.-dez. 2011). Uma análise sobre a internacionalização de pequenas empresas brasileiras da indústria de software. **Brazilian Business Review - BBR**, v. 8, n.4, Vitória-ES, p. 24 – 45.

Cortezia, Sandro Luis Diesel; Souza, Yeda Swirski de; Vieira, Luciana Marques. (2007). Internacionalização de Pequenas Empresas: um Estudo na Indústria de Software do Estado do Rio Grande do Sul (Brasil). **Anais do III Encontro de Estudos em estratégia**. São Paulo/SP.

Coviello, Nicole E.; Munro, Hugh. (1995). Growing the entrepreneurial firm: networking for International market development. **European Journal of Marketing**, vol.29, n°.7, pp.49-61.

Cunha, Reynaldo Dannecker; Rocha, Thelma Valéria. (set/2011). A influência das atividades de marketing na performance exportadora de países emergentes: um modelo conceitual adaptado a MPEs brasileiras. **Anais do XXXV Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro/RJ, 4-7.

Dal-Soto, Fábio; Bulé, Anieli Ebling. (2012). Análise do Processo de Internacionalização da Escola de Uppsala: Caminhos para as Empresas Brasileiras. **Anais do VII EGEPE - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. Eletrônicos**. Florianópolis/SC.

Dubois, Frank L.; Toyne, Brian; Oliff, Michael D. (1993). International Manufacturing Strategies of U.S. Multinationals: a conceptual framework based on a four-industry study. **Journal of International Business Studies**, vol.24, n°2, pp. 307-333.

Dunning, J. H. (1980). Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests. **Journal of International Business Studies**, v. 11, n. 1, p. 9-31.

Galvão, Franciani Fernandes. (2011). **Marketing internacional: uma meta-análise qualitativa sobre a produção científica nacional**. Dissertação de Mestrado em Administração, Universidade Federal do Paraná. 160 p.

~~Gosling, M.; Gonçalves, C. A. (set-out/2004). Ideias metodológicas dos autores de estratégia dos Enanpads: uma meta-análise. **Revista Eletrônica de Administração – REAd**, Porto Alegre-RS, ed. 41, vol. 10, n° 5.~~

Harper, A. (1984). **2.0 Background: Entrepreneurship and Small Business Enterprise Growth in Uganda**.

Hudson, M; Smart, A; Bourne, M. (2001). Theory and practice in SME performance measurement systems. **International Journal of Operations & Production Management**, 21(8): 1096–1115.



Hymer, S. H. (1976). **The international operation of a national firm: a study of direct foreign investments.** Cambridge: The MIT Press.

Hymer, S. (1960). **The International Operations of National Firms: a Study in Direct Investment.** Tese de Doutorado, Cambridge, MIT Press.

IBGE-COORDENAÇÃO DE SERVIÇOS E COMÉRCIO. (2003). **As Micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil : 2001.** RJ: IBGE.

Johanson, J.; Mattson, G. (1986). International marketing and internationalization process In: Turbull, P. **Research in international marketing.** London: Croom Helm.

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**, v. 8, n. 1, p. 23-32.

Johanson, J.; Vahlne, J. E. (1990). The mechanism of internationalization. **International Marketing Review**, v. 7, n. 4, p. 1-24.

Jones, Marian V. (1999). The Internationalization of Small High-Technology Firms. **Journal of International Marketing**, vol. 7, nº2, pp.15-41.

Kamakura, Wagner A.; Ramón-Jerónimo, María A.; Gravel, Julio D. Vecino. (2012). A dynamic perspective to the internationalization of small-medium enterprises. **Journal of the Academic Marketing science**, 40:236–251.

Karagozoglu, Neomi; Lindell, Martin. (Jan/1998). Internationalization of Small And Medium-Sized Technology-Based Firms: An Exploratory Study. **Journal of Small Business Management**, Vol.36, No.1, p.44-58.

Klotzle, Marcelo Cabus; Thomé, Cristiane Caires. (jul./ago./set/2006). Fatores associados ao desempenho exportador de micros, pequenas e médias empresas brasileiras. **Revista de Administração - RAUSP**, São Paulo, v.41, n.3, p.339-346.

Knight, G. A.; Cavusgil, S. Tamer. (1995). **The born global firm: a challenge to traditional internationalization theory.** Proceedings of the third CIMaR Symposium. Odense, Denmark: Odense University.

Knight, Gary A.; Cavusgil, S. (2004). Tamer. Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. **Journal of International Business Studies**, v. 35, p.124-141.

Kotler, P. (2004). **Marketing management.** 11th International edition. Prentice-Hall, 479 p.

Kushnir, Khrystyna; Mirmulstein, Melina Laura; Ramalho, Rita. (2010). **Analysis Note: Micro, Small, and Medium Enterprises Around the World: How Many Are There, and What Affects the Count?.** IFC MSME Country Indicators.



Leone, Nilda Maria de Clodoaldo Pinto Guerra. (abr./jun./1999). As especificidades das pequenas e médias empresas. *Revista de Administração*. São Paulo, v. 34, nº 2, p. 91-94.

Li, L.; Li, D. e Dalgic, T. (2004). Internationalization Process of Small and Medium-sized Enterprises: Toward a Hybrid Model of Experimental Learning and Planning. **Management International Review**, vol. 44, nº1, pp. 93-116.

Madsen, T.K.; Servais, P. (1996). **The internationalization of born globals: an evolutionary process?** Proceedings of the fourth CIMaR Symposium. San Diego, California.

Malhotra, N. K. (2001). **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Bookman.

MARQUES, Claudio; OLIVETTE, Cris. **Exportar também é coisa de pequeno**. Disponível em: <blogs.estadao.com.br/sua-oportunidade/exportar-tambem-e-coisa-de-pequeno/>. Acesso em: 01 de maio de 2012.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR - MDIC. (2012). **Exportação brasileira por porte de empresa 2011**. Brasília: MDIC.
Noblit, G. W.; Hare, R. D. (1988). **Meta-Ethnography: Synthesizing qualitative studies**. Newbury park, CA: Sage.

OECD. **Globalization and small and medium enterprises (SMEs)**. Paris: Organization for Economic Co-operation and Development, 1997.

Oviatt, Benjamin M.; McDougall, Patrícia P. (1994). Toward a Theory of International New Ventures. **Journal of International Business Studies**, vol. 25, nº1, pp. 45-64.

Paterson, B. L.; Canam, C.; Jillings, C.; Thorne, S. E. (2001). **Meta-study of qualitative health research: a practical guide to meta-analysis and meta synthesis**. Thousand Oaks: Sage Publications.

Pereira, Mariza Faria Fidelis. (2003). **Gerenciamento da informação: um diagnóstico da micro e pequena empresa industrial de Londrina / Mariza Faria Fidelis Pereira**. – Florianópolis, 154fls.

Piore, Michael J. e Sabel, Charles F. (1984). **The Second Industrial Divide: possibilities for prosperity**. New York. Basic Books.

RODRIGUES, C. A abordagem processual no estudo da tradução: uma meta-análise qualitativa. **Cadernos de tradução**, Florianópolis, v. 10, p. 167-213, 2002.

ROSA, Patrícia Rodrigues da. (2006). **Internacionalização da empresa Marcopolo S.A.: um estudo de caso**. Dissertação de Mestrado em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 160 p.

RUGMAN, A. M. (1985). Multinationals and global competitive strategies. In: **Internacional studies of management & organizations**. V.15, n.2 p. 8-18.



Sandelowski, M.; Docherty, S. & Emden, C. (1997). Qualitative Metasynthesis: issues and techniques. **Research in Nursing & Health**, 20, 365-371.

Ščeulovs, Deniss & Gaile-Sarkane, Elīna. (2012). Classification of micro and small enterprises. **Anais do 7th International Scientific Conference “Business and Management 2012”**. Lithuania: May 10-11, p. 1231-1238.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE (2010). **As micro e pequenas empresas na exportação brasileira**. Brasil: 1998- 2009. Brasília: SEBRAE.

Thode Filho, Sérgio; Caldas, Marco Antônio Farah. (2008). O gerenciamento da informação nas micro e pequenas empresas. **Anais do X SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**. Resende/RJ, 2008.

Turbull, P. (1986). **Research in international marketing**. London: Croom Helm.

Veiga, Pedro. (2002). O desafio das exportações. In: Pinheiro, Armando C.; Markwald, Ricardo; Pereira, Lia. **O viés antiexportador: mais além da política comercial**. Rio de Janeiro: BNDES.

Vernon, R. (1966). International investments and international trade in the product cycle. **Quarterly Journal of Economics**, v. 80, p. 190-207.

Willianson, O. (1975). **Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications**. New York: Free Press.

Yip, George S.; Biscarri, Javier G. & Monti, Joseph A. (2000). The role of the internationalization process in the performance of newly internationalizing firms. **Journal of International Marketing**, vol. 8, n°3, pp.10-35. 2000.

¹Relatório intitulado “Small Business Act – SBA” (Ato das pequenas empresas), adotado pela Europa e elaborado pela Comissão Européia em 2008;

²Brazil Trade Net: sistema do Ministério das Relações Exteriores (MRE) de veiculação de informações sobre oportunidades comerciais voltadas para a exportação e captação de investimentos estrangeiros. Também proporciona informações sobre resultados de estudos e pesquisas de mercado e produtos, encomendados pelo Itamaraty no exterior

