

A INFLUÊNCIA DO GRAU DE INTERNACIONALIZAÇÃO NO DESEMPENHO DAS EMPRESAS TÊXTEIS¹

THE INFLUENCE OF THE DEGREE OF INTERNATIONALIZATION (DOI) IN THE PERFORMANCE OF TEXTILE COMPANIES.

RENATA BERTOLDI PLATCHEK² | DINORÁ ELIETE FLORIANI³ | FELIPE MENDES BORINI⁴

RESUMO

O aumento da internacionalização das empresas brasileiras é resultado, principalmente, de uma série de mudanças políticas, especialmente de uma política governamental que proporcionou a abertura progressiva do comércio exterior após os anos 90. A indústria têxtil nacional é um dos setores mais antigos, em Santa Catarina o setor registra as primeiras empresas em 1880. Além da importância trazida ao país com a experiência das empresas deste setor, a indústria têxtil integra a lista dos dez principais mercados mundiais. O objetivo do presente artigo é investigar a relação do Grau de Internacionalização (GRI) das empresas têxteis e seu desempenho exportador. O pressuposto principal é que quanto maior o grau de internacionalização, maior o desempenho exportador. Foi realizado um *survey* com as empresas do setor têxtil de Santa Catarina. Diferentemente do que se esperava, o desempenho exportador não sofre influência do grau de internacionalização, ou seja, não é possível confirmar a relação do grau de internacionalização com o desempenho exportador.

Palavras-chave: Grau de Internacionalização. Desempenho. Indústria Têxtil.

ABSTRACT

The increasing internationalization of Brazilian companies is primarily a result especially of a government policy which provided for the gradual opening of trade after the 90s. The domestic textile industry is one of the oldest industries in Santa Catarina sector records the first companies in 1880. Besides the importance brought to the country with the experience of companies in this sector, the textile industry is on the list of the top ten global markets. The aim of this paper is to investigate the relationship of the Degree of Internationalization of textile companies and their export performance. The main assumption is that the greater the degree of internationalization, the greater the export performance. We conducted a survey of companies in the textile sector of Santa Catarina. Unlike what was expected, the export performance is not influenced by the degree of internationalization, ie, it is not possible to confirm the relationship between the degree of internationalization and export performance.

Keywords: Degree of Internationalization. Performance. Textile Industry.

¹ Data de recepção: 25/06/2012. Data de aprovação: 20/12/2012. Data de publicação: 27/03/2013.

² Mestre em Administração pela UNIVALI. E-mail: renata_bertoldi@univali.br

³ Mestre em Administração pela UFRGS e Doutora em Administração pela Universidade de São Paulo. Professora titular da UNIVALI. E-mail: dinora@univali.br

⁴ Mestre em Administração pela PUC/SP. Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo (FEA/USP). Professor do Programa de Pós-Graduação em Administração da ESPM. Editor Chefe da Revista Internext. E-mail: fborini@espm.br

INTRODUÇÃO

A internacionalização é um processo de concepção de planejamento estratégico e de sua respectiva implantação, para que uma empresa passe a operar em países diferentes daquele no qual está originalmente instalada (BARRETO, 2002). No caso das empresas brasileiras, este movimento é resultado especialmente de uma política governamental que proporcionou a abertura progressiva do comércio exterior. Estas mudanças políticas também remetem ao momento de busca por novos mercados e novas tecnologias, garantindo competitividade das empresas nacionais frente às estrangeiras. Nesta fase de mudanças iniciou-se um processo de internacionalização, inicialmente conduzido por grandes empresas e sendo seguido pelas pequenas e médias empresas. Para Beamish (1990) e Forte e Moreira e Moura (2005) este movimento se trata também de uma estratégia de crescimento para as organizações alcançarem novos mercados, novas oportunidades, ou seja, com intuito de obter mais presença e força no mercado internacional.

Em Santa Catarina, o setor têxtil teve seu início em Blumenau, município da região do Vale do Itajaí. De acordo com o recorte regional definido pelo SEBRAE/SC, a maior concentração destas empresas está localizada nas coordenadorias regionais do Vale do Itajaí, Foz do Itajaí e Norte. Em 2008, estas três regionais somavam 78,3% das empresas e 68,8% dos empregos do setor catarinense (SEBRAE, 2010).

O objetivo do presente artigo é investigar a relação do Grau de Internacionalização (GRI) das empresas têxteis e o seu desempenho exportador. O pressuposto principal é que quanto maior o grau de internacionalização, maior o desempenho exportador.

O artigo busca contribuir para a área da estratégia buscando verificar se o Grau de Internacionalização das empresas têxteis catarinenses que realizam operações comerciais internacionais exerce alguma influência no seu desempenho. Outros estudos relacionam o Grau de Internacionalização e o desempenho (ANNAVARJULA et al., 2005; KOTABE et al., 2002; LI, 2005; LU; BEAMISH, 2004).

A contribuição prática do tema escolhido aponta para o diagnóstico da participação no mercado internacional por parte das empresas catarinenses. Procura, especialmente, suprir uma deficiência dos estudos de estratégia internacional sobre o grau de internacionalização das empresas têxteis do Estado, o qual tem o segundo maior polo têxtil do Brasil e vendeu ao exterior em 2009, US\$ 197 milhões, sendo 6% do total exportado pelo Brasil (GUIA TÊXTIL, 2010). Em geral, observa-se que os

estudos (SEBRAE, 2010) relacionados ao desempenho e realizados na região do Vale do Itajaí tratam do perfil das empresas exportadoras e não exatamente do grau da internacionalização das mesmas. O presente trabalho intenta dar uma contribuição teórico-empírica para os estudos acerca de internacionalização de empresas, verificando a significativa influência no desenvolvimento de Santa Catarina, e também do Brasil. Empiricamente, busca contribuir para a literatura relacionada à estratégia internacional dando continuidade às pesquisas que verificaram o grau de internacionalização de empresas, tendo em vista que é um tema que tem atraído interesse acadêmico nos últimos tempos (ANDERSSON; GABRIELSSON; WICTOR, 2004).

GRAU DE INTERNACIONALIZAÇÃO

Na maioria das empresas, as operações internacionais se iniciam consideravelmente mais tarde que suas operações em seu país de origem. Portanto, por um bom tempo representarão um percentual pequeno das receitas e dos custos da empresa. Enquanto são incipientes, tais operações costumam ser tratadas como marginais, ou seja, pode não haver uma explicitação ou um controle dos custos que lhes deveriam ser atribuídos.

Cavusgil e Kirpalani (1993), Sullivan (1994) e Reuber e Fischer (1997) se referem à internacionalização como grau de Internacionalização (*degree of internationalization* – DOI). No entanto, apesar de muitos estudos na área se utilizarem de aspectos teóricos econômicos juntamente com comportamentais, Sullivan (1994) menciona que o baixo progresso em medir o Grau de Internacionalização ocorre por falta de medidas definitivas do fenômeno da internacionalização.

Em seu modelo, Sullivan (1994) apresenta indicadores de desempenho, estruturais e atitudinais para medir o Grau de Internacionalização de uma empresa: Indicadores de desempenho são aqueles que medem a atuação da empresa no mercado internacional por um determinado período, como por exemplo, vendas no mercado externo sobre vendas totais, índice de pesquisa e desenvolvimento; b) fatores estruturais dizem respeito ao diagnóstico das atividades externas da empresa, como os países onde a empresa atua, número de subsidiárias no exterior; c) atitudinais estão relacionados com a experiência internacional dos gerentes de topo, duração cumulativa dos trabalhos internacionais dos gerentes, dispersão psíquica das operações internacionais.

No estudo de Carneiro (2007), o autor destaca que o Grau de Internacionalização pode incluir o

número de países, o grau de diversidade entre esses países e a proporção das receitas internacionais em relação às vendas totais da empresa. Conforme aumenta o GRI a empresa vai ganhando experiência (em cada país – profundidade, e em novos países – abrangência), o que tenderia a tornar as operações internacionais gradualmente mais eficientes (CARNEIRO, 2007).

Ruigrok e Wagner (2003) reforçaram a opinião de Sullivan (1994) de que o Grau de Internacionalização poderia ser caracterizado por três dimensões: a dimensão estrutural (ativos, subsidiárias e empregados no exterior), a dimensão financeira (dependência financeira das receitas vindas do exterior) e a dimensão psicológica (referente às pré-disposições dos executivos para com a internacionalização).

Hitt et al. (1997) e Ruigrok e Wagner (2003) indicaram que o grau de diversificação do produto (que é conceitualmente diferente do Grau de Internacionalização, ou seja, do grau de diversificação das operações internacionais) moderaria o efeito do Grau de Internacionalização sobre o desempenho de exportação. Hitt et al. (1997) sugeriram que o grau de diversificação internacional exerceria não apenas um efeito direto sobre o desempenho da empresa, mas também um efeito de interação com o grau de diversificação do portfólio de produtos da empresa.

Estudos brasileiros também abordam a temática principal desta pesquisa. Forte e Sette Júnior (2005) adaptaram a Escala de Sullivan à realidade brasileira, menciona Floriani (2010) e propuseram indicadores que influenciam o Grau de Internacionalização das empresas brasileiras, como o indicador de vendas externas sobre vendas totais, ativos no exterior sobre ativos totais, número de subsidiárias no exterior sobre subsidiárias totais, porcentagem de exportação para os três principais destinos, relação do número de anos da fundação da empresa.

A Escala de Grau de Internacionalização de Sullivan (1994) indica que o DOI seria integrado por esses atributos internos (desempenho, estrutura e aspectos atitudinais) da internacionalização de uma empresa. Porém, o índice de Sullivan focaliza os estágios mais avançados da internacionalização, não levando em conta modos de atuação no exterior.

Outro fator influente sobre a internacionalização de empresas é o tamanho da empresa (REID, 1981), no qual as empresas maiores experimentaríamos menos restrições à exportação, tendo em vista sua possível maior disponibilidade de recursos financeiros e humanos. Bonaccorsi (1992) argumentou que haveria uma relação entre tamanho da

empresa e probabilidade de a empresa ser exportadora e tal relação poderia afetar conclusões acerca do tamanho da empresa sobre o desempenho de exportação quando este é operacionalizado por meio da intensidade de exportação.

Sobre a extensão geográfica de atuação da empresa, Letto-Gillies (2001) propõe que, para medir a extensão geográfica do processo de internacionalização, devem ser utilizadas variáveis, como número de países onde a empresa atua, o grau de dispersão das atividades da empresa em áreas específicas, ou ainda, o índice de concentração espacial das atividades da empresa. Complementando a ideia da extensão geográfica, no entanto, com foco no aspecto cultural, Cho e Padmanabhan (2005), num estudo do impacto da distância cultural sobre a preferência por determinados modos de propriedade das operações no exterior, sugerem que haveria efeitos de interação entre a distância cultural e a experiência acumulada na empresa.

Sobre as características da empresa (tamanho, número de funcionários) Cavusgil e Kirpalani (1993) pesquisaram 130 operações de exportação e concluíram que os fatores que impactavam o sucesso das pequenas empresas eram diferentes daqueles que explicavam o sucesso de grandes empresas, o que sugeria ser o tamanho da empresa uma importante variável de controle. Em outro estudo, Louter, Ouwerkerk e Bakker (1991) propuseram que haveria três fatores independentes que explicariam o sucesso das operações de exportação: características da empresa, fatores relacionados à estratégia de marketing (número de países para os quais a empresa exporta; segmentação e estratégia de entrada no exterior) e fatores relacionados à atitude dos executivos.

DESEMPENHO EXPORTADOR

O estudo de Carneiro (2007) – que considerou os cinco mil maiores exportadores brasileiros (empresas que exportaram mais de US\$ 700 mil em 2006, base Fundação Centro de Estudos do Comércio Exterior) – identificou que as receitas de exportação se apresentaram positivamente associadas ao *status* da atividade de exportação. No entanto, o estudo não constatou associação significativa entre distância psíquica e receitas de exportação.

Aulakh, Kotabe e Teegen (2000) realizaram uma pesquisa com empresas exportadoras sediadas no Brasil, no Chile e no México. Os autores consideraram três fatores explicativos para as diferenças de desempenho: estratégia competitiva, nível de padronização *versus* adaptação da oferta e

grau de diversificação geográfica das exportações. O desempenho de exportação foi operacionalizado por meio da lucratividade das exportações, bem como três outras variáveis relativas ao papel geral das exportações no que tange ao crescimento das receitas da empresa, às suas participações de mercado e às suas posições competitivas. Além dos fatores intervenientes descritos, os autores incluíram também quatro variáveis de controle: país de origem; tipo de indústria (produtos duráveis; produtos não-duráveis; serviços; e alimentos e produtos agrícolas); tamanho da empresa (operacionalizada como o logaritmo natural das receitas totais da empresa); e experiência internacional da empresa (número de anos de exportação). Os autores investigaram os efeitos de interação entre os fatores sobre o desempenho. Na sua amostra específica, composta por empresas com sede em um país em desenvolvimento, Aulakhet, Kotabe e Teegen (2000) concluíram que o efeito positivo da utilização de uma estratégia de liderança em custo tenderia a ser mais forte quando a empresa exportasse para países desenvolvidos do que quando exportasse para países em desenvolvimento. Por outro lado, o efeito positivo da utilização de uma estratégia de diferenciação tenderia a ser mais forte quando a empresa exportasse para países em desenvolvimento do que quando exportasse para países desenvolvidos. Por fim, concluíram que o grau de diversificação geográfica (número de países-destino) exerceria efeito positivo sobre o desempenho, se tal grau de diversificação fosse moderado, exercendo, por outro lado, um efeito negativo no caso de alto grau de diversificação.

Já Leonidou et al. (2002) conduziram três níveis de análise: a) tipo de influência das variáveis de estratégia de exportação sobre o desempenho em geral; b) efeito das variáveis de estratégia de exportação sobre medidas específicas de desempenho (volume de exportação, crescimento das receitas de exportação, intensidade de exportação, nível de lucros da exportação, contribuição da exportação para os lucros da empresa, *Market share* de exportação, outras medidas específicas de desempenho e medidas compostas de desempenho); e c) variações dos efeitos das variáveis de estratégia de exportação sobre o desempenho em geral.

Os autores concluíram que concentração de mercado (escolha de poucos países para exportação) estava positivamente relacionada ao desempenho de exportação geral, assim como a algumas medidas específicas de desempenho de exportação, tais como: volume, crescimento de receitas e intensidade de exportação. Com relação à ex-

tensão de mercado (exportação para um grande número de países), verificou-se haver associação positiva com intensidade de exportação e crescimento das receitas de exportação, mas não foi encontrada associação significativa com lucratividade. Por fim, a outra variável de alvo de exportação, a segmentação de mercado, apresentou associação positiva com desempenho de exportação, especialmente no que se refere a crescimento de receitas, intensidade de exportação e nível de lucro.

Em pesquisa sobre o desempenho de exportação de empresas dinamarquesas Madsen (1989) escolheu fatores que explicassem o desempenho daquelas empresas: estratégia de marketing de exportação (principal fator explicativo das diferenças de desempenho observadas); características da empresa (o autor concluiu que a experiência com exportação era a variável explicativa mais importante. Havia uma forte associação entre parcela de mercado da exportação e desempenho. Mais forte ainda era a associação entre desempenho em um país em particular e a participação percentual deste país na totalidade das exportações da empresa); e, características do mercado (encontrou pouco impacto destas sobre o desempenho, com exceção da atratividade do mercado externo). O último fator refere-se à atratividade do mercado externo, barreiras à exportação, distância geográfica, distância psíquica e atratividade do mercado doméstico.

Capar e Kotabe (2003) pesquisaram o impacto do Grau de Internacionalização sobre o desempenho de empresas alemãs do setor de serviços. Os autores concluíram que o Grau de Internacionalização exercia impacto negativo sobre o desempenho até determinado ponto, em função de economias de escala, ocorrendo, porém, impacto positivo a partir da variedade de países do que propriamente de economias de escala.

Moini (1995) classificou os fatores que exerceriam influência sobre o desempenho em três principais categorias: características da empresa (tamanho, experiência internacional e vantagens competitivas); expectativas dos gerentes e características dos gerentes (tais como idade, nível de educação formal, experiência, conhecimento de línguas estrangeiras). Além destas categorias, Moini (1995) incluiu ainda um quarto fator em seu modelo: busca sistemática de novos mercados no exterior. O autor avaliou, então, por meio de uma pesquisa junto a 102 pequenos exportadores americanos, os efeitos dessas variáveis de acordo com o nível de interesse das empresas em relação à exportação, utilizando-se de três níveis de

interesse: parcialmente interessados (intensidade de exportação inferior a 10% ou não aumento das exportações nos cinco anos mais recentes), com exportações em crescimento (intensidade de exportação inferior a 10%, mas em variação crescente) e exportadores bem-sucedidos (intensidade de exportação superior a 10% e em crescimento).

Por meio de estudos de casos em 16 pequenas e médias empresas (PMEs) e também pesquisa quantitativa, Knight e Kim (2009) desenvolveram um conjunto de capacidades intangíveis sobre fatores específicos que sustentam o desempenho superior das PMEs internacionalizadas e denominaram de *International Business Competence* (IBC) que reflete as competências em várias áreas, incluindo a aprendizagem sobre ambientes internacionais de toda a organização e via mercados estrangeiros. O IBC foi subdividido em quatro dimensões: orientação internacional, habilidades de marketing internacional, inovação internacional e orientação ao mercado internacional, a fim de verificar se os fatores identificados no IBC refletem as competências das PMEs internacionalizadas.

Kim et al (2002) destacam que a diversificação internacional promove um desempenho superior em grandes empresas e Zou, Taylor e Osland (1998) também mostram relação em estudos sobre internacionalização que associam o desempenho principalmente a resultados não-financeiros, em que a internacionalização direciona uma qualificação da empresa e da gerência e propicia o desenvolvimento da rede de contatos, possibilitando a empresa ingressar em novos mercados.

Por fim, Kim et al. (2002) destacam que a diversificação internacional promove um desempenho superior em grandes empresas. Georgiou, Freemann e Edwards (2005) mostram que, apesar de recursos financeiros e humanos limitados, a diversificação internacional pode promover um melhor desempenho em pequenas empresas também. Sobre a extensão geográfica de atuação da empresa, letto-Gillies (2001) propõe que, para medir a extensão geográfica do processo de internacionalização devem ser utilizadas variáveis como número de países onde a empresa atua o grau de dispersão das atividades da empresa em áreas específicas, ou ainda, o índice de concentração espacial das atividades da empresa.

Verifica-se na literatura e em trabalhos empíricos que há diversas variáveis que influenciam o desempenho exportador, como pode-se verificar resumidamente no Quadro 1.

Quadro 1: Variáveis que formam o construto GRI da pesquisa

Resumo das variáveis que influenciam o Desempenho exportador	Autores
Distância Psíquica; Estratégia competitiva; diversificação geográfica internacional; estratégia de exportação; Marketshare de exportação; estratégia de marketing; características da empresa; Grau de Internacionalização; competências internacionais	Carneiro, 2007; Madsen, 1989; Capar e Kotabe, 2003; Knight e Kim, 2009; Moini, 1995; Leonidou et al, 2002; Aulakh, Kotabe e Teegen, 2000; Georgiou, Freemann e Edwards, 2005.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

Como pôde-se verificar, não há uma linha específica de variáveis que são estudadas na influência do desempenho exportador, todavia, as variáveis são adaptadas ao problema e ao cenário que pretende-se verificar.

METODOLOGIA

A escolha pelas empresas catarinenses do setor têxtil é justificada não só pela representatividade desta indústria em anos passados, já que na década de 1960 a indústria têxtil catarinense respondia por 16,3% da produção industrial bruta do estado e empregava 20% de todos os trabalhadores da indústria; mas, também, porque na década de 1990 houve maciço investimento em tecnologia e expansão da capacidade produtiva, permitindo que grandes fabricantes aumentassem sua participação no mercado externo.

Esta pesquisa utilizou uma abordagem multimétodo. A coleta dos dados na fase qualitativa foi composta por entrevistas em profundidade, realizadas com *experts* catarinenses de empresas têxteis que têm operações com o mercado internacional. Dentre as 10 empresas contatadas, somente quatro permitiram as entrevistas. Nas quatro empresas, foram realizadas seis entrevistas com Diretores Gerais e Gerentes de Exportação que trabalham na área de comércio exterior há mais de 10 anos. A duração das entrevistas totalizou quatro horas. Nas entrevistas foram usadas variáveis relacionadas à estrutura da empresa; à experiência dos executivos, à dispersão das operações internacionais e ao desempenho, as quais se demonstraram significativas para Sullivan (1994) para identificar o desempenho, bem como as variáveis de grau de internacionalização (Quadro 1). Após esta etapa, os resultados contribuíram para formar a etapa quantitativa em que foram observados fatores como a origem da empresa catarinense e a adoção de práticas de exportação.

O foco inicial deste estudo era investigar somente as empresas do setor têxtil e de confecções cadastradas no banco de dados da Federação das Indústrias de Santa Catarina (FIESC) e indicadas como exportadoras. No entanto, após verificação dos dados disponíveis observou-se que não seria possível manter esse foco em função do pequeno número de empresas exportadoras cadastradas e dados desatualizados. A solução encontrada foi utilizar também os dados disponibilizados pelo Serviço de Apoio das Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) de Santa Catarina em estudo realizado sobre o setor têxtil e de confecções nos anos de 2006 a 2009.

Como população deste estudo foram identificadas, inicialmente, 132 empresas classificadas como exportadoras na FIESC. Para isso utilizou-se como filtro o código de Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE) para empresas têxteis e de vestuário, calçados e artefatos de tecidos e 24 empresas classificadas como exportadoras para o SEBRAE. Foram feitas tentativas de contato pelo telefone com todas as empresas, no entanto 27 não foram encontradas (número de telefone inexistente ou não atenderam). As 129 empresas restantes foram contatadas, sempre sendo estabelecido o contato com gerentes ou diretores de exportação. A pesquisa era apresentada e simultaneamente a empresa era informada que receberia um questionário por correio eletrônico. Das empresas contatadas 37% declararam não serem exportadoras, embora fossem classificadas desta forma nos bancos de dados consultados, sendo extraídas da amostra. Ao final desta análise, restaram 83 empresas para serem pesquisadas. Os questionários foram enviados por e-mail e ao todo, 46 empresas responderam o questionário representando 54% do total de empresas válidas para o estudo.

Anteriormente à coleta de dados com o envio do questionário, foram realizados pré-testes deste instrumento. No pré-teste buscou-se não só verificar possíveis falhas na elaboração do questionário como também receber contribuições para seu melhor entendimento e conhecer o tempo estimado para respondê-lo.

Como variáveis desse estudo, conforme apresentado no Quadro 2, têm-se variáveis relacionadas ao Grau de Internacionalização e Desempenho utilizadas para elaborar o questionário.

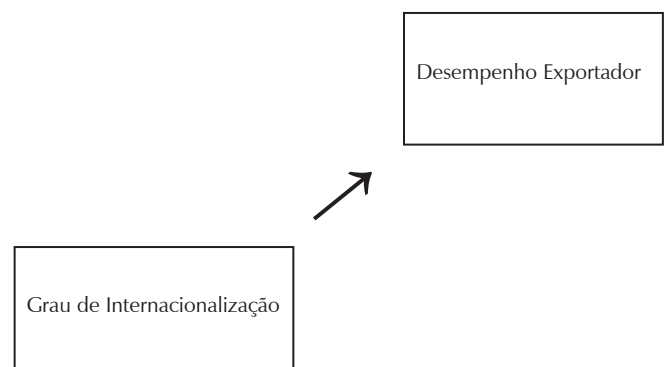
Quadro 2: Variáveis que formam o construto GRI da pesquisa

Construto	Variáveis	Referencial teórico
Grau de internacionalização	Percentual de vendas de exportação sobre total de vendas	Forte e Sette Júnior (2005) Carneiro (2007); Floriani (2010)
	Número de países	Ouwerkerk e Bakker (1991), Floriani (2010)
	Tempo de experiência no mercado internacional	Louteret al (1991)
	Características da empresa (tamanho e número de funcionários)	Cavusgil e Kirpalani (1993) Ouwerkerk e Bakker (1991)
Desempenho	Indicadores de satisfação com a exportação (valor total exportado, conquista de novos clientes, quantidade de países, resultados gerais da exportação)	Sullivan (1994); Floriani (2010)

Fonte: Desenvolvido pelos autores

A figura 1 apresenta o modelo proposto, ou seja, espera-se que quanto maior o grau de internacionalização das empresas brasileiras maior o desempenho dessas empresas, logo, o internacionalização seria uma estratégia organizacional das empresas exportadoras para incrementar seu desempenho

Figura 1: Modelo Proposto



Fonte: autores

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Observou-se na pesquisa que as empresas, de modo geral, comportaram-se de forma semelhante ao longo dos últimos 30 anos no que se refere à fundação e desenvolvimento no mercado. No entanto, algumas divergências quanto ao desempenho exportador são percebidas, como o percentual de vendas de exportação sobre o total de vendas da empresa.

Outros resultados, como a quantidade de países que as empresas pesquisadas exportam foram verificados. Neste caso foi possível observar que no ano de 2000 somente cinco empresas exportavam para mais de 30 países e somente 13 exportavam para até 10 países distintos. Em 2005, houve uma inversão, sendo que mais empresas (23) passaram a exportar para até 10 países e menos empresas (6) para até 30 países, o que talvez pudesse indicar uma diminuição no grau de internacionalização destas empresas.

Nas empresas pesquisadas, o percentual de vendas de exportação sobre o percentual de vendas totais é, em geral, baixo sendo que a faixa de 1% a 5% (ano 2000) representa quase 20% das empresas, chegando à aproximadamente 50% dos respondentes em 2010. Este resultado assemelha-se com resultados obtidos no estudo de Floriani (2010) com PME brasileiras exportadoras.

Como síntese dos resultados coletados para formar o perfil das empresas pesquisadas, apresenta-se no Quadro 3 os principais aspectos observados.

Quadro 3: Síntese do perfil das empresas e resultados da pesquisa

Em geral, os resultados indicam na maioria:	Sobre a exportação especificamente, a maioria:
Foram fundadas nos anos 1960 e 1990.	Realizou exportação direta, não utilizando intermediários no processo.
Atuam no mercado internacional há aproximadamente 10 anos.	Informa que o percentual de vendas de exportação representa até 5% do total de vendas da empresa.
Exportou para até 5 países no ano de 2000 e Exportou para 5 a 10 países em 2005.	Possui departamento de exportação.
Apresentou crescimento na atividade de importação nos 3 anos pesquisados, mas em 2010 destaca-se a importação de matéria-prima e produtos acabados.	Indica insatisfação no que tange aos resultados da exportação em 2010, este resultado trata da conquista de clientes, número de países e margem de lucro.
Exportou para até 10 países e umas das empresas exportou para mais de 50 países em 2010.	Apresenta expectativa positiva em relação à atividade de exportação para os próximos dois anos.
Não possui unidades no exterior.	Concorda que haverá diversificação de mercados de exportação.
Realiza operações de exportação, no entanto 60% também têm contato com o mercado internacional por meio da importação.	Acredita que haverá aumento no volume de exportação nos próximos 2 anos.
Acredita no aumento de importação de matéria-prima nos próximos 2 anos.	Acredita que não será tendência deixar o mercado externo.

Fonte: Desenvolvido pelos autores

Especificamente sobre a análise descritiva dos dados, destaca-se que inicialmente foi realizado Teste de Kolmogorov-Smirnov utilizado para verificar a normalidade da distribuição dos quatro indicadores de Grau de Internacionalização: tempo de experiência no mercado internacional ($p = 0,902$), número de países que a empresa exporta ($p = 0,729$), percentual de vendas externas sobre o total de vendas ($p = 0,520$) e o número de funcionários ($p = 0,652$). Este teste mostrou que os indicadores aproximam-se de uma distribuição normal, pois o p é maior que 0,05, conforme observado na última linha da Tabela 1.

Tabela 1: Resultados do teste de Kolmogorov-Smirnov para GRI

	Tempo de experiência	Número de Países	% vendas externas / total	Número de funcionários
Média	3,36	1,88	1,37	5,92
Desvio padrão	,798	1,131	1,121	1,486
Teste Kolmogorov-Smirnov Z	,570	,689	,815	,652
Asymp. Sig. (2-tailed)	,902	,729	,520	,789

Fonte: Dados da pesquisa (2011)

Os dados da Tabela 2 demonstram a homogeneidade da amostra, uma vez que a significância está próxima de zero e $KMO > 0,500$ (Hair et al, 2009).

Tabela 2: Teste de Bartlett e a medida de Kaiser-Meyer-Olkin

Teste de Bartlett e medida de KMO		
Medida de Adequação da Amostra de Kaiser-Meyer-Olkin	,583	
Teste de Esfericidade de Bartlett	Qui quadrado aproximado	28,578
	Desvio padrão	6
	Sig.	,000

Fonte: Dados da pesquisa (2011)

No processo de extração de fatores utilizou-se do critério de Kaiser, realizado por meio do método de componentes principais. Apresentou-se dois fatores que explicam aproximadamente 78% da variância (tabela 3).

Tabela 3: Variância total explicada

Fator	Autovalores iniciais			Extração de fatores			Cargas		
	Total	% da variância	% Cumulativo	Total	% da variância	% Cumulativo	Total	% da variância	% Cumulativo
1	1,998	49,938	49,938	1,998	49,938	49,938	1,981	49,521	49,521
2	1,138	28,449	78,387	1,138	28,449	78,387	1,155	28,866	78,387
3	,483	12,085	90,472						
4	,381	9,528	100,000						

Fonte: Dados da pesquisa (2011)

Estes dois fatores foram mantidos. Por meio da rotação Varimax, foram encontrados dois fatores com cargas fatoriais representativas. Um dos fatores é formado por número de países, tempo de experiência e número de funcionários, o qual pode ser denominado “grau de internacionalização”. O outro fator pode ser denominado “vendas de exportação”.

Observou-se, conforme dados da Tabela 4, que o construto grau de internacionalização é multidimensional formado por tempo de experiência, número de países e números de funcionários como um fator, aqui denominado GRI e outro construto representado pelo percentual de vendas de exportação sobre o total de vendas.

Tabela 4: Fatores retidos para Grau de Internacionalização

	Fator	
	Grau de internacionalização	Vendas de exportação
Tempo experiência	,841	-,168
Qtde países exporta	,799	,407
Qtde de funcionário	,789	-,252
% vendas exp/total	-,109	,947

Fonte: Dados da pesquisa (2011)

As variáveis de desempenho foram analisadas, como pode-se observar na Tabela 5, utilizando escalas de satisfação.

Foram consideradas na análise os fatores de conquista de clientes, valor total exportado, margem de lucro com exportação, volume de exportação, número de países e resultados gerais.

Para verificar a normalidade das variáveis medidas no questionário foi realizado teste de Kolmogorov-Smirnov, como mostra a última linha da tabela, todos os resultados são com significância maior que 0,05 (conquista de novos clientes $p = 0.174$; valor total esperado $p = 0.76$; margem de lucro na exportação $p = 0.247$; volume de exportação

$p = 0.65$; quantidade de países que exporta $p = 0.098$; resultados gerais da exportação $p = 0.068$), logo, considera-se que as variáveis são normais.

Tabela 5: Resultados do teste de Kolmogorov-Smirnov para desempenho 2010

	Conquista novos clientes	Valor total exportado	Margem lucro exportação	Volume exportação	Qtde países exporta	Resultados gerais exportação
Média	2,15	2,11	2,07	1,91	2,13	2,17
Desvio padrão	1,549	1,464	1,373	1,443	1,544	1,465
Maior diferença absoluta	,163	,189	,151	,193	,181	,192
Teste Kolmogorov-Smirnov Z	1,105	1,279	1,022	1,310	1,228	1,301
Asymp. Sig. (2-tailed)	,174	,076	,247	,065	,098	,068

Fonte: Dados da pesquisa (2011)

Por fim, realizou-se para a variável desempenho o processo de extração de fatores usando o critério de Kaiser e observou-se que um fator explica 84% da variância, conforme Tabela 6. Este fator foi denominado “desempenho”.

Tabela 6: Variância total explicada

Fator	Autovalores iniciais			Cargas		
	Total	% da variância	% Cumulativo	Total	% da variância	% Cumulativo
1	5,076	84,598	84,598	5,076	84,598	84,598
2	,329	5,479	90,078			
3	,281	4,680	94,758			
4	,171	2,845	97,603			
5	,094	1,568	99,171			
5	,050	,829	100,000			

Fonte: Dados da pesquisa (2011)

Por meio da rotação Varimax foi encontrado um fator com carga fatorial representativa representada na tabela 7. Desse modo, resultou em um único fator que representa o construto desempenho formado por conquista de novos clientes, valor total esperado, margem de lucro na exportação, volume de exportação, quantidade de países que exporta e resultados gerais da exportação.

Tabela 7: Fator retido para Desempenho

Desempenho	
Resultados gerais exportação	,961
Valor total exportado	,946
Qtde países exporta	,939
Margem de lucro exportação	,893
Crescimento volume exportação	,891
Conquista novos clientes	,886

Fonte: autores

A Tabela 8 apresenta o modelo de regressão para os constructos obtidos. Tendo como variável dependente o construto desempenho e variáveis independentes GRI e vendas, o modelo testa o quanto o grau de internacionalização das empresas exportadoras da amostra está associado ao desempenho das empresas. Os resultados não significantes mostram que a associação não é possível de ser suportada.

Tabela 8: Resultados para desempenho

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
Constante	-,006	,174		-,037	,971		
GRI	,061	,175	,062	,346	,732	,998	1,002
Vendas	,167	,173	,173	,964	,343	,998	1,002

Fonte: Dados da pesquisa (2011)

Desse modo, ao verificar tais resultados, pode-se afirmar que o desempenho exportador das empresas pesquisadas não é afetado pelo grau de internacionalização.

Alguns estudos também apresentaram resultados semelhantes ao do presente estudo. Como por exemplo, Louter et al. (1991), na pesquisa com 165 empresas holandesas, na qual verificaram que não havia diferença significativa no desempenho em função do tamanho da empresa. Assim como o número de anos de experiência com exportação

e a motivação e educação dos empregados não apresentaram efeitos significativos sobre o desempenho. No estudo de Schlegelmilch e Ross (1987) concluíram que as características dos gerentes com a experiência com o produto não apresentou associação significativa com nenhum dos indicadores de desempenho. Os resultados da pesquisa de Axinn, Noorderwier e Sinkula (1996) mostraram que adaptação da oferta não necessariamente levava a um melhor desempenho. Especificamente sobre GRI e desempenho, outros resultados empíricos demonstram inconsistência nesta relação (ANNAVARJULA; BELDONA, 2000; WAGNER; RUIGROK, 2004).

Embora os estudos apontados anteriormente tenham chegado aos mesmos resultados de alguns estudos, o presente resultado tem um impacto preocupante para a sustentabilidade das estratégias de exportação na realidade brasileira, especificamente para as empresas exportadoras catarinenses. A ausência de associação com desempenho nesse período inicial de internacionalização pode limitar os investimentos futuros em projetos mais comprometidos de exportação. Ao mesmo tempo, esse resultado salienta o peso do custo para o exportador brasileiro de tal modo que a orientação tradicional para o mercado interno fica cada vez mais reforçada em detrimento de uma orientação internacional da economia brasileira, especificamente a catarinense.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que alguns estudos apresentam somente o perfil das empresas que passaram por este processo de internacionalização, especialmente no que diz respeito ao estado de Santa Catarina (SEBRAE, 2010). Neste caso, buscou-se conhecer o grau de internacionalização das empresas desta localidade tentando dar continuidade aos estudos relacionados diretamente ao grau de internacionalização (FLORIANI, 2010; BARCELLOS, 2010).

Para atender a este objetivo, buscou-se observar se os indicadores de desempenho exportador influenciam o grau de internacionalização das empresas têxteis. Os resultados mostraram não existir uma relação significativa entre o GRI e o desempenho exportador. Diferentemente do que se esperava, que o desempenho exportador não sofre influência do grau de internacionalização, ou seja, não é possível confirmar a relação do grau de internacionalização com o desempenho exportador. Embora as empresas diminuam o ritmo das exportações realizadas, elas continuam buscando o mercado exterior de outras formas, como observado na pesquisa, ou seja, este fator não afeta o grau de in-

ternacionalização das empresas que continua crescente apesar de o desempenho exportador atual e o volume de exportação apresentarem diminuição.

Observa-se que alguns estudos apresentam somente o perfil das empresas que passaram por este processo de internacionalização, especialmente no que diz respeito ao Estado de Santa Catarina (SEBRAE, 2010). Neste caso, buscou-se conhecer o grau de internacionalização das empresas desta localidade tentando dar continuidade aos estudos relacionados diretamente ao grau de internacionalização (FLORIANI, 2010; BARCELLOS, 2010). Desse modo, o presente trabalho buscou contribuir para a área da estratégia buscando verificar se o Grau de Internacionalização das empresas têxteis catarinenses que realizam operações comerciais internacionais exerce alguma influência no seu desempenho organizacional. Os resultados embora concordem com alguns estudos da área, chamam atenção para a ausência de relação entre desempenho e grau de internacionalização. Esse dado mostra que, talvez, um dos empecilhos para a internacionalização mais comprometidas das empresas da região esteja na própria questão institucional e administrativa das políticas de internacionalização do país.

Esse resultado chama a atenção para as particularidades dos mercados não desenvolvidos, muitas vezes, não abarcados, nas tradicionais teorias econômica e comportamental aqui revisadas. Sendo assim, sugere-se que estudos que questionem a posição dos mercados não desenvolvidos no processo de internacionalização, em especial, com o arcabouço teórico do novo institucionalismo.

Em relação às limitações, é importante salientar que os resultados não tenham demonstrado algum tipo de relação entre desempenho e grau de internacionalização que se esperava e isso pode estar relacionado ao número da amostra, que foi inferior a 50 participantes. Percebeu-se a pouca acessibilidade das empresas exportadoras que compõem o setor têxtil de Santa Catarina como principal limitação da pesquisa. Um número maior de respondentes poderia permitir resultados diferentes, além de aumentar a confiabilidade dos testes estatísticos realizados. Outra limitação da pesquisa foi a desatualização dos bancos de dados consultados em relação a empresas não exportadoras, que inicialmente foram consideradas na amostra da pesquisa, somente depois dos filtros realizados constatou-se que o número de exportadoras no setor escolhido era bem menor do que indicado no banco de dados consultado.

REFERÊNCIAS

- ANDERSSON, S.; GABRIELSSON, J.; WICTOR, I. International activities in small firms: examining factors influencing the internationalization and export growth of small firms. **Canadian Journal of Administrative Sciences**, 21, p.22-34, 2004.
- ANNAVARJULA, M.; BELDONA, S. Multinationality-performance relationship: a review and reconceptualization. **International Journal of Organizational Analysis**, 8(1), 48-67, 2005.
- AULAKH, P.; KOTABE, M.; TEEGEN, H. Export Strategies and Performance of Firms from Emerging Economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico. **Academy of Management Journal**, v.43, n.3, p.342-361, 2000.
- AXINN, C.; NOORDEWIER, T.; SINKULA, J. Export Strategies and Export Performance: An Empirical Investigation of a Products/Markets Typology. In: CAVUSGIL, S. (Ed. Série); MADSEN, T. (Ed. Vol.). **Advances in International Marketing**, Greenwich, CT: JAI Press, vol.8, p.27-58, 1996.
- BARCELLOS, E.P. **Internacionalização de empresas brasileiras: um estudo entre grau de internacionalização e desempenho financeiro**. 2010. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.
- BARRETO, A. A internacionalização da firma sob enfoque dos custos de transação. In: ROCHA, A. (org.) **A internacionalização das empresas brasileiras: estudos de gestão internacional**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- BEAMISH, P. W.. The internationalization process for smaller Ontario firms: A research agenda. **Research in Global Business Management**, vol.1, p.77-92, 1990.
- BECKERMAN, W. Distance and the Pattern of Intra-European Trade. **The Review of Economics and Statistics**, 28, 31-40, 1956.
- BONACCORSI, A. On the Relationship Between Firm Size and Export Intensity. **Journal of International Business Studies**, vol.23, p.605-635, Fall 1992.
- CAPAR, N; KOTABE, M. The Relationship between International Diversification and Performance in Service Firms. **Journal of International Business Studies**, vol. 34, p.345-355, 2003.
- CARNEIRO, J. M. T. **Desempenho de exportação de empresas brasileiras: uma abordagem integrada**. 2007. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal do Rio de Janeiro – Instituto de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Rio de Janeiro, 2007.

- CAVUSGIL, S. T. Differences Among Exporting Firms Based on their Degree of Internationalization. **Journal of Business Research**, n.12, p.195-208, 1984.
- CAVUSGIL, S. T.; KIRPALANI, V. Introducing products into export markets: success factors. **Journal of Business Research**, v.27, p.1-15, 1993.
- CHO, K.; PADMANABHAN, P. Revisiting the Role of Cultural Distance in MNC's Foreign Ownership Mode Choice: The Moderating Effect of Experience Attributes. **International Business Review**, v.14, n.3, p.307-324, 2005.
- CONTRACTOR, F.; KUNDU, S.; HSU, C.-C. A Three-Stage Theory of International Expansion: The Link between Multinationality and Performance in the Service Sector. **Journal of International Business Studies**, v.34, n.1, p.5-18, 2003.
- DIB, L. A. **O processo de internacionalização de pequenas e médias empresas e o fenômeno Born global: estudo do setor de software no Brasil.** Tese 2008 (Doutorado) – Instituto de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, COPPEAD, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- DÖRRENBÄCHER, C. Measuring corporate internationalization: a review of measurement concepts and their use. **Review of European Economic Policy**, v.35, n.13, p.119-126, 2000.
- DUNNING, J. H. The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity. **International Business Review**, vol. 9, 2000.
- FERRAZ, G. T.; RIBEIRO, F. J. O desafio das exportações. In: PINHEIRO, A. C.; MARKWALD, R.; PEREIRA, L. **Um levantamento de atividades relacionadas às exportações das empresas brasileiras: resultados de pesquisa de campo com 460 empresas exportadoras.** Rio de Janeiro: BNDES, 2002.
- FORTE, S. H. A. C.; SETTE JR, E. L. M. Internacionalização de empresas: o caso do setor de rochas ornamentais e de revestimento do Estado do Ceará. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 29, 2005. Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005. (CD-Rom)
- FORTE, S. H. A.; MOREIRA, M. Z.; MOURA, H. J. Competitividade internacional baseada em recursos, estudo do processo de internacionalização das maiores empresas exportadoras do setor calçadista brasileiro. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 30, Salvador/BA, 2005. **Anais...** Salvador, 2005. (CD-ROM).
- FLORIANI, D. E. **O grau de internacionalização, as competências e o desempenho da PME brasileira.** 2010. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.
- GEORGIU, M.; FREEMAN, S.; EDWARDS, R. **International Entrepreneurship: antecedents and outcomes.** Working Paper. Victoria: Nonash University, 2005.
- GUIA TÊXTIL. **FIESC promove rodadas de negócios para que empresas firmem novas parcerias durante a Texfair 2010.** Disponível em: <http://www.guiatextil.com/site/noticias/economia/fiesc_promove_rodadas_de_negocios_para_que_empresas_firmem_novas_parcerias_durante_a_texfair> Acesso em: 25 jun. 2010.
- HAIR Jr, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM R. L. **Análise multivariada de dados.** 6. ed., Porto Alegre: Bookman, 2009.
- HITT, M.; HOSKISSON, R.; KIM, H. International Diversification: Effects on Innovation and Firm Performance in Product-Diversified Firms. **Academy of Management Journal**, vol.40, n.4, p.767-798, 1997.
- IETTO-GILLIES, G. **Transnational corporations fragmentation amidst integration.** Londres: Routledge Press, 2001
- JOHANSON, J.; VAHLNE, J. E. The Internationalization Process of the Firm- A model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitment. **Journal of International Business Studies**, n.8, p.23-32, 1977.
- JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. The internationalisation process of the firms: four Swedish case studies. **Journal of Management Studies**, p.305-322, 1975.
- KNIGHT, G.; KIM, D. International business competence and the contemporary firm. **Journal of International Business Studies**, n 40, p.255-273, 2009.
- KOTABE, M.; SRINIVASAN, S. S.; AULAKH, P.S. Multinationality and Firm Performance: The Moderating Role of the R&D and Marketing Capabilities. **Journal of International Business Studies**, 33: 79-97, 2002.
- LEONIDOU, L.; KATSIKEAS, C. The Export Development Process: An Integrative Review of Empirical Models. **Journal of International Business Studies**, vol.27, n.3, p.517-551, 1996.
- LEONIDOU, L. C. et al. Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis. **J Bus Res**, vol. 55, n.1, p.51 – 67, 2002.
- LI, L. The Impact of the Marketing-R&D Interface on New Product Export Performance: A Contingency Analysis.

Journal of International Marketing, vol.7, n.1, p.10-33, 1999.

LI, L. Is regional strategy more effective than global strategy in the US service industries? **Management International Review**, 45 (S1), 37-57, 2005.

LOUTER, P.; OUWERKERK, C; BAKKER, B. A. An Inquiry into Successful Exporting. **European Journal of Marketing**, vol.25, n.6, p.7-23, 1991.

LU, J. W; BEAMISH, P.W. The internationalization and performance of SMEs. **Strategic Management Journal**, vol.22, n.6/7, p. 565-586, 2004.

MADSEN, T. K. Successful export marketing management: some empirical evidence. **International Marketing Review**, vol. 6, n. 4, p. 41-57, 1989.

MOINI, A. An Inquiry into Successful Exporting: An Empirical Investigation Using a Three-Stage Model. **Journal of Small Business Management**, p.9-25, jul. 1995.

REID, S. The Decision-maker and Export Entry and Expansion, **Journal of International Business Studies**, vol.12, fall, p. 101-112, 1981.

REUBER, A.R.; FISCHER, E. The influence of the management team's international experience on the internationalization behaviors of small and medium-sized enterprises. **Journal of International Business Studies**, vol. 28, n. 4, winter, 1997.

RICUPERO, R.; BARRETO, F. M. A importância do investimento direto estrangeiro do Brasil no exterior para o desenvolvimento sócio econômico do país. In: ALMEIDA, A. (Org.). **Internacionalização de empresas brasileiras: perspectivas e riscos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ROCHA, A. Por que as empresas brasileiras não se internacionalizam? In: ROCHA, A. (Org.). **As novas fronteiras: a multinacionalização das empresas brasileiras**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

RUIGROK, W.; WAGNER, H. Internationalization and performance: an organizational learning perspective. **Management International Review**, 43, 63-83, 2003.

SCHLEGELMILCH, B. ; ROSS, A. The Influence of Managerial Characteristics on Different Measures of Export Performance. *Journal of Marketing Management*, vol.3, n.2, p.145-158, 1987.

SEBRAE. **Diagnóstico do setor têxtil brasileiro 2007**. Disponível em: <<http://nasrvnotes02.sebrae.com.br/sebrae/sbcong.nsf/686e1f80d3968fac03256d4f0068d539/be42>>

d3b22d2443b0832572fb004b6beb?OpenDocument>. Acesso em: 09 out. 2010.

SULLIVAN, D. Measuring the degree of internationalization of a firm. **Journal of International Business Studies**, vol. 34, n. 2, p. 165-186, 1994.

ZOU, S.; TAYLOR; OSLAND. The EXPERF scale: a cross-national generalized export performance measure. **Journal of International Marketing**, vol.6, n. 3, 1998.