

INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA BRASILEIRA: ESTRATÉGIAS DE ENTRADA E DESAFIOS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

Nadia Wacila Hanania Vianna¹

nhvianna@terra.com.br

Nilson Araújo de Souza²

araujonilson@terra.com.br

Sérgio Nunes Muritiba³

[muritiba@usp.br](mailto:мурitiba@usp.br)

Sheila Regina de Almeida⁴

dra_sheila@terra.com.br

Luís Henrique Pereira⁵

pereiralh@gmail.com

¹ UNIB – Universidade Ibirapuera / Universidade de São Paulo- USP

² UNIB – Universidade Ibirapuera / Centro Universitário Belas Artes

³ Universidade de São Paulo – USP

⁴ UNIB – Universidade Ibirapuera

⁵ UNIB / – Universidade Ibirapuera / Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas – EAESP/FGV

RESUMO

O artigo apresenta as teorias atualmente discutidas no meio acadêmico sobre o tema internacionalização. Descreve o processo de industrialização no Brasil e destaca os fatos e elementos que têm impactado a realidade das empresas brasileiras. Discute mais especificamente as estratégias de entrada adotadas, os desafios enfrentados no processo de internacionalização e apresenta fatores microeconômicos relacionados ao grau de internacionalização dessas empresas. A pesquisa, de cunho exploratório, foi realizada junto a empresas exportadoras do setor eletroeletrônico sediadas no estado de São Paulo e revelou que a necessidade de ampliação de mercado e a busca de novas tecnologias constituíram-se em forças propulsoras para a internacionalização. Quanto às estratégias de internacionalização adotadas, a maior parte das empresas amostradas seguiu o modelo da Escola de Uppsala, no sentido de que houve um envolvimento gradual com países receptores, a partir das modalidades de exportação.

Área Temática: Estratégias internacionais das empresas brasileiras e dos países emergentes

Palavras-chave: internacionalização de negócios, indústria eletroeletrônica, modos de entrada, estratégias.

RESUMÉ

Cet article présente les théories actuellement discutées dans le milieu académique sur le thème de l'internationalisation. Il décrit le processus d'industrialisation au Brésil et souligne les faits et les éléments qui ont influencé la réalité des entreprises brésiliennes. Le travail discute, plus

Nadia Wacila Hanania Vianna, Nilson Araújo de Souza, Sérgio Nunes Muritiba, Sheila Regina de Almeida & Luís Henrique Pereira

spécifiquement les stratégies d'entrée adoptées et les défis auxquels on a fait face dans le processus d'internationalisation et présent des facteurs micro-économiques relatifs au degré d'internationalisation de ces entreprises. La recherche, à caractère explorateur a été réalisée auprès des entreprises exportatrices du secteur, établies à l'état de São Paulo et a révélé que le besoin d'élargissement de marché et la quête de nouvelles technologies se sont constituées en des forces motrices pour l'internationalisation. Quant aux stratégies d'internationalisation adoptées, la plupart des entreprises montrées ont suivi le modèle de l'Ecole d'Uppsala, dans le sens qu'il y a eu un enveloppement graduel avec des pays récepteurs à partir des modalités d'exportation.

Mots-clés: l'internationalisation du affaire, entreprises brésiliennes, industrie eletro eletrônico, stratégies d'entrée.

1 INTRODUÇÃO

A literatura referente à internacionalização de empresas registra cinco diferentes modos de entrada em um novo país: exportação-indireta (através de *tradings*, por exemplo), ou direta (por meio de intermediários existentes no país receptor, ou canais próprios, desenvolvidos pela empresa nesse país); licenciamento e franquias, alianças estratégicas (*joint ventures*, por exemplo), aquisições e criação de uma nova unidade de operação (SHARMA; ERRAMILI, 2004, *apud* FORTE; SETTE, 2005).

No que tange ao Brasil, quais fatores têm impulsionado a internacionalização das empresas brasileiras e a partir de quais modos esta vem ocorrendo?

Os dados agregados da economia brasileira, registrados pelo Banco Central, indicam um importante incremento da internacionalização das empresas brasileiras. As empresas industriais, que na sua fase inicial – dita de substituição de importações – voltaram-se basicamente para o mercado interno e que, a partir da segunda metade dos anos 1960, começaram a demandar também o mercado externo, passaram a montar empreendimentos no exterior desde a década de 1990. A maioria delas ainda se encontra na fase inicial de internacionalização, que se manifesta na exportação de mercadorias, porém muitas já começam a se internacionalizar via investimento direto no exterior (IDE).

A busca pela internacionalização pode ter sido decorrente das pressões que as empresas sofreram a partir da política econômica implementada nos anos 1990. Combinando a abertura da economia – que acirrou a concorrência interna – com a elevação da carga tributária e a prática sistemática de juros reais elevados, essa pressão deixou a muitas empresas a disjuntiva ou de sucumbir ou de buscar o caminho da internacionalização. Num

INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA BRASILEIRA: ESTRATÉGIAS DE ENTRADA E DESAFIOS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

primeiro momento, esse caminho significou a tentativa de colocar seus produtos no exterior para, num segundo momento, em apoio a essa busca do mercado externo, montar empreendimentos no exterior.

O grau de internacionalização das empresas tem sido estudado por vários pesquisadores. Convém registrar os resultados obtidos por Prochnik, Esteves e Freitas (2006, p. 341):

As empresas industriais de capital brasileiro que realizam investimentos diretos no exterior têm produtividade significativamente maior que as empresas semelhantes que apenas exportam. Estas últimas, por sua vez, têm produtividade significativamente maior do que aquelas que não exportam nem investem no exterior.

Acrescentam ainda os referidos autores, que estão correlacionados com o grau de internacionalização das indústrias brasileiras, também os seguintes fatores: número de pessoas ocupadas, tempo médio de estudo do pessoal ocupado, tempo médio de emprego, renda média do pessoal ocupado, o quociente (gastos em Pesquisa e Desenvolvimento) / (Receita Líquida de Vendas), gasto total em inovação, número de mestres e doutores em Pesquisa e Desenvolvimento, e o número de pessoas em Pesquisa e Desenvolvimento em relação ao total de pessoas ocupadas. Esses fatores revelam que o grau de internacionalização está diretamente relacionado com a característica da mão-de-obra empregada (isto é, aquela parcela ocupada em Pesquisa e Desenvolvimento) e a introdução de inovações (PROCHNIK; ESTEVES; FREITAS, 2006).

Pesquisa efetuada por Prochnik e Araújo (2005, *apud* PROCHNIK; ESTEVES; FREITAS, 2006, p.348) evidenciou barreiras intra-setoriais à inovação, o que os levou a admitir que “a inovação nas firmas menos produtivas é mais freqüente nos setores menos concentrados”.

A indústria eletroeletrônica constitui um dos setores da economia brasileira que foi mais acossado pela pressão da abertura econômica. Suas importações, que subiram de US\$ 11,9 bilhões em 2000 para US\$ 18,7 bilhões em 2006, têm representado cerca de 20% das importações totais do País (ABINEE, 2007). Para confrontar essa concorrência externa, tem buscado mercados no exterior, aumentando suas exportações de US\$ 4,4 bilhões em 2000 para US\$ 8,9 bilhões em 2006; as recentes exportações representaram cerca de 20% de seu faturamento de 2000 a 2006 (Ibid.).

Trata-se de um setor importante da economia nacional. A indústria eletroeletrônica é difusora de desenvolvimento, na medida em que as máquinas, equipamentos e componentes por ela produzidos constituem-se no substrato essencial de outros setores da economia,

Nadia Wacila Hanania Vianna, Nilson Araújo de Souza, Sérgio Nunes Muritiba, Sheila Regina de Almeida & Luís Henrique Pereira estando presentes no agronegócio, na elaboração de instrumentos de alta precisão para a área da saúde e na produção de bens de capital, dentre outros.

O faturamento do setor, depois de cair no começo desta década¹, subiu vertiginosamente a partir de 2003, mais do que duplicando até 2006² e sua participação no PIB subiu de 4,6% no começo da década para 5% em 2006 (ABINEE, 2007). A participação de suas vendas externas nas exportações totais do País esteve em torno de 7% no período (Ibid.). De acordo com Prochnik, Esteves e Freitas (2006), há no setor eletroeletrônico brasileiro, aproximadamente 650 firmas que exportam e não investem no exterior, e 25 que exportam e investem no exterior. Houve um importante aumento da produtividade do trabalho no setor: o faturamento por empregado subiu US\$ 199,1 mil em 2000 para US\$ 334,6 mil em 2006 (Ibid.). Dentre os setores considerados com maior intensidade tecnológica, figura o eletroeletrônico, com número médio de pessoas ocupadas, por firma, igual a 123, naquelas que exportam e não investem, e igual a 972 naquelas que exportam e investem.

Cabe, nesse ponto, a reflexão com relação à internacionalização das empresas dessa indústria. O conhecimento da motivação, mercados alvo, dificuldades encontradas no processo e trajetória percorrida poderá oferecer subsídios relevantes para o entendimento do atual cenário, bem como orientar a elaboração de políticas e estratégias que venham a beneficiar o setor. O objetivo deste artigo é, investigar essa trajetória e esse processo, a partir de uma amostra de empresas sediadas em São Paulo.

Para isso, inicialmente, serão apresentadas as principais estratégias de internacionalização adotadas por países emergentes, como o Brasil, e em seguida, considerando-se a forte interpenetração dos eletroeletrônicos no contexto maior da economia, serão analisados o desenvolvimento e o processo de internacionalização da indústria brasileira, a partir dos fatos relevantes que a têm impactado.

Após o delineamento do atual cenário vivenciado pela indústria eletroeletrônica e, tendo-se em vista que a maior parte (54%) das empresas exportadoras, associadas à ABINEE, encontra-se concentrada no estado de São Paulo, o presente estudo focalizará os resultados obtidos a partir de pesquisa empírica, conduzida junto a uma amostra não-probabilística de empresas desse estado.

¹ De US\$ 27,9 bilhões em 2000 para US\$ 19,3 bilhões em 2002 (ABINEE: 2007, 05, tabela).
REAd – Edição Especial 58, Vol 13, N° 4, dezembro de 2007

INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA BRASILEIRA: ESTRATÉGIAS DE ENTRADA E
DESAFIOS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO
2 ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO NOS PAÍSES EMERGENTES

A internacionalização dos países emergentes é um tema que vem sendo cada vez mais discutido. Segundo o estudo de Wilson e Purushothaman (2003), o grupo de países chamado de BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China) tenderia a ser mais rico que o atual G6 em 40 anos, devido à força do crescimento do seu PIB, renda *per capita* e movimentação monetária.

Países em desenvolvimento, como o Brasil, considerados economias emergentes, destacarão cada vez mais este tema, devido ao potencial ainda pouco realizado (GHOSHAL *et al.*, 2000; BARTLETT; GHOSHAL, 1992). Convém destacar que o Brasil participou de apenas 1% das transações comerciais mundiais em 2004, com US\$ 95 bilhões anuais exportados; este volume confere ao Brasil o 25º lugar no ranking, mesmo sendo a 14ª da economia (IMD; IBGE, 2005).

2.1 Teorias sobre Internacionalização

De acordo com Stal e Campanário (2006), o aumento rápido do investimento direto estrangeiro (IDE) nas últimas décadas se desenvolveu através de fases distintas.

Até os anos 1950, o investimento ficou concentrado na busca de recursos naturais. A partir da década de 1960, à medida que a importância relativa dos produtos manufaturados aumentava, abria-se um caminho para a entrada nos mercados dos países desenvolvidos, que eram então protegidos pela competição internacional. Nestes casos, o tamanho do mercado e a possibilidade de crescimento eram os principais determinantes da distribuição geográfica do IDE. Nos anos 1980, os fluxos de investimento mudaram para os serviços e as indústrias de alta tecnologia (NOORBAKHSH *et al.*, 2001) e, desde então, os países desenvolvidos reduziram suas restrições ao IDE e às operações de multinacionais, pois se entendeu que estas eram formas de financiamento e geração de empregos, e também uma forma de adquirir habilidades, tecnologias e práticas gerenciais.

Ao longo do tempo, autores foram elaborando teorias para prever e explicar a internacionalização das empresas. As principais teorias podem ser classificadas em três categorias: as teorias econômicas, as teorias comportamentais e as teorias estratégicas.

² Chegou a US\$ 47,8 bilhões em 2006 (Ibid.).

2.1.1 Teorias Econômicas

A principal abordagem econômica utilizada para explicar o fenômeno da internacionalização é o Paradigma Eclético (DUNNING, 1980), que se desenvolveu a partir da tese defendida por Hymer, em 1960, que explicava a motivação para o investimento direto no exterior, principalmente como uma forma de impossibilitar a apropriação de bens intangíveis da empresa pela concorrência (parceiros licenciados) no mercado externo (HYMER, 1976, *apud* ROCHA; ALMEIDA, 2006). Dunning, por seu turno, aplica os conceitos de custos de transação às decisões de internacionalização da firma, tentando explicar quais características das empresas e dos mercados estimulam a internacionalização com investimento externo direto, diferenciando esse processo em termos das características do produto e dos mercados.

A razão de existir de uma multinacional é manter dentro das fronteiras da firma o conhecimento desenvolvido (DUNNING, 1980). No caso de um conhecimento disseminado no mercado e, portanto, coletivo, a estratégia de exportação poderia ser escolhida, já que não seria necessário manter o conhecimento no interior da organização. Porém, a exportação está sujeita às barreiras interpostas (tarifas, taxas de câmbio e quotas, por exemplo) no intuito de dificultar a importação e chamar a multinacional a desenvolver uma subsidiária no país.

O processo de internacionalização de empresas foi explicado, tradicionalmente, pelo modelo do Ciclo de Vida do Produto (VERNON, 1966). Seu esquema estava baseado no potencial do mercado consumidor: uma vez exploradas as oportunidades e atendida a demanda no mercado de origem da empresa, esta exportaria para outros países suas tecnologias e operações ‘saturadas’ na matriz para recomeçar todo o ciclo de lucratividade em outro mercado e melhorar o desempenho global da organização. Nesta perspectiva, as multinacionais considerariam os países estrangeiros como locais de exploração e uma grande oportunidade para elevar sua demanda. As subsidiárias estrangeiras implementam um modelo desenvolvido na matriz para vender um produto ou um serviço já testado no mercado original.

Dunning (1980) procurou identificar características que explicam a produção internacional do ponto de vista da distribuição geográfica dos ativos da empresa e do padrão industrial adotado. Avaliou vantagens de localização, “internalização” e de propriedade para achar explicações.

INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA BRASILEIRA: ESTRATÉGIAS DE ENTRADA E DESAFIOS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

A teoria desenvolvida por Dunning (1980), iniciada em 1976, explica a extensão, a forma e o padrão do investimento em outros países para desenvolver a produção da empresa. Oferece um esquema que possibilita identificar os determinantes a partir dos quais a empresa iniciaria a produção fora de seu país de origem.

A escolha estaria baseada em três tipos de vantagem, identificadas pela sigla OLI (*Ownership, Location and Internalization*): as vantagens de propriedade (*Ownership specific advantages*) que permitem à empresa multinacional manter em seu domínio o recurso (manter marca e/ou tecnologia, por exemplo) utilizado em outro país; as vantagens comparativas entre países (*Location specific advantages*) que seriam responsáveis pela escolha de um local para o investimento (incentivos governamentais para atrair investimentos, por exemplo); e, por fim, as vantagens de internalização (*Internalization specific advantages*), que adviriam da construção de uma estrutura no exterior para “internalizar” as operações que poderiam ser realizadas por agentes econômicos contratados em mercados externos.

O Paradigma Eclético explica, portanto, o padrão do investimento no exterior, embora não explique o processo, o modo de entrada e as seqüências de comprometimento dos recursos.

2.1.2 Teorias Comportamentais

A literatura revela a existência de duas importantes teorias que objetivam explicar o processo de internacionalização de empresas: Modelo da Escola de Uppsala e Teoria de *networks*.

2.1.2.1 Modelo da Escola de Uppsala

De acordo com Proença e Oliveira (2006), a abordagem comportamental entende que ocorre por parte das empresas em processos de internacionalização um comprometimento gradual de recursos e a escolha prioritária de mercados culturalmente próximos para iniciar a entrada em outros mercados, enquanto que, por outro lado, as teorias econômicas prevêem a disponibilidade de informação para a tomada de decisão. Os referidos autores citam Johanson e Wiedersheim (1975) que, durante as décadas de 1970 e 1980, começaram a questionar o modelo de investimento no exterior, enraizado na teoria econômica e passaram a focalizar o processo da internacionalização da firma.

Um artigo mais recente, de Johanson e Vahlne (1990), mostra que os autores consideram o processo de internacionalização da firma como uma seqüência crescente de

Nadia Wacila Hanania Vianna, Nilson Araújo de Souza, Sérgio Nunes Muritiba, Sheila Regina de Almeida & Luís Henrique Pereira
comprometimento de recursos no exterior, relacionados ao desenvolvimento de conhecimento em operações externas.

Empenha-se conhecimento, tecnologia, pessoal e dinheiro em outros países na medida em que se aprende com atividades externas; desta forma, quando se conhece melhor as operações em determinado mercado externo, a empresa investe e compromete maiores recursos no mercado escolhido, ou seja, desenvolve tecnologia, envia pessoas, dinheiro, etc. O comprometimento é gradual. Este modelo é conhecido como “Escola de Uppsala” devido à origem dos autores. Foi desenvolvido para criticar as teorias econômicas vigentes na época sobre investimento direto no exterior, consideradas muito estáticas pelos seus críticos, além de negligenciar o problema da distância psíquica.

A distância psíquica é um importante fator a ser considerado na escolha de novos países, conforme Johanson e Wiedersheim (1975). É entendida como a “soma dos fatores que facilitam a circulação de informação entre dois mercados” (JOHANSON ; VAHLNE, 1977, p.24), como a língua, a educação, a prática de negócios e a cultura. Desta forma, a firma opta por mercados culturalmente mais próximos para iniciar seu processo de internacionalização. A internacionalização gradual iniciada em mercados culturalmente mais próximos diminui os riscos percebidos pelos gestores da empresa. Maiores comprometimentos de recursos em países culturalmente distantes apresentam maiores riscos; o objetivo é minimizar os riscos percebidos e aproveitar a familiaridade com o país escolhido.

A Escola de Uppsala apresenta um modelo de processo de internacionalização a partir da abordagem de envolvimento gradual envolvendo duas modalidades: a evolução dos modos de entrada e a distância psíquica. Desta forma, considerando a primeira modalidade, a empresa começaria a se internacionalizar com um comprometimento leve, normalmente através de exportação direta ou através de agente, possibilitando a aquisição de conhecimentos sobre o mercado estrangeiro. O comprometimento se aprofundaria em função da experiência acumulada, gerando o aprimoramento dos conhecimentos; ao mesmo tempo, a empresa consideraria a distância psíquica entre países para a escolha dos locais com os quais manter relações e começaria com aqueles psiquicamente próximos e seguiria para os mais distantes (SOTTO-MAYOR FILHO; FERREIRA, 2006). A percepção de ameaças e oportunidades de mercados se transformaria a partir da experiência, bem como as decisões sobre elas.

De acordo com Urban e Fleury (2006), o modelo de Uppsala foi severamente criticado, principalmente devido às mudanças no ambiente competitivo que teriam pressionado para a

INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA BRASILEIRA: ESTRATÉGIAS DE ENTRADA E DESAFIOS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

quebra da seqüência nele proposta. Para as autoras, além da discussão sobre a seqüência de modo de entrada, o modelo de Uppsala traz como grande contribuição a ênfase dada aos fatores culturais no processo de internacionalização.

2.1.2.2 Teoria de *Networks*

Segundo essa teoria, uma empresa seria impulsionada ao mercado internacional para acompanhar o movimento da rede formada por diferentes agentes econômicos à qual pertença. Vantagens poderiam ser obtidas dessa atuação consonante, como por exemplo, a maior facilidade no ingresso aos mercados psiquicamente distantes. Segundo Rocha e Almeida (2006, p.29), “não se pode ver a firma como um ator isolado nesse processo; é preciso entender o movimento conjunto subjacente e associado ao movimento individual”.

2.1.3 Teorias Estratégicas de Internacionalização

De acordo com os defensores dessas teorias, o processo de internacionalização seguido por uma empresa estaria fortemente associado à sua orientação estratégica.

2.1.3.1 Teoria do Comportamento Estratégico

A busca pela obtenção de vantagens competitivas em relação à concorrência constitui-se o cerne dessa teoria. Um *mix* de interesses na esfera competitiva (evitar conflito; trocar ameaças; seguir a líder; acompanhar posição no mercado doméstico), além de criteriosa análise dos riscos relacionados aos movimentos internacionais, podem nortear a escolha pelo modo de entrada da empresa no mercado externo (ROCHA ; ALMEIDA, 2006).

2.1.3.2 Teoria Baseada em Recursos e Competências (*Resource Based View – RBV*)

Nortea essa teoria, a preservação dos fatores estratégicos relevantes da empresa. Ou seja, o modo de entrada escolhido não deve ameaçar a sustentabilidade da vantagem competitiva, que é calcada no conjunto de competências e recursos desenvolvidos pela empresa, e que são difíceis de imitar.

3 PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DA EMPRESA INDUSTRIAL BRASILEIRA

A partir do processo de industrialização deflagrado na década de 1930, a empresa industrial brasileira atravessou três momentos importantes na sua trajetória, a saber: a industrialização voltada para o mercado interno; a etapa em que, sem abandonar o mercado

Nadia Wacila Hanania Vianna, Nilson Araújo de Souza, Sérgio Nunes Muritiba, Sheila Regina de Almeida & Luís Henrique Pereira
interno, ocupou crescentemente o mercado externo; e o avanço do processo de internacionalização mediante a exportação de capitais.

3.1 Industrialização por substituição de importações

Depois de vários surtos industriais, desde meados do século XVIII (por ocasião do ciclo da mineração), a industrialização só viria a se consolidar como fenômeno novo da economia brasileira a partir do processo deflagrado na década de 1930, em resposta ao impacto interno da Grande Depressão. Ficou conhecido como processo de industrialização por substituição de importações, precisamente porque se passou a produzir para o mercado interno os produtos industriais que antes eram importados (SOUZA, 2007).

Nessa primeira etapa implantaram-se os setores relativos aos bens de consumo popular; produtos de base (máquinas, equipamentos e bens intermediários em geral, tais como aço, produtos petroquímicos); e bens de consumo duráveis. Os dois primeiros setores sob controle nacional, privado ou estatal, e o terceiro, sob comando do capital estrangeiro. Esse período, iniciado nos anos de 1930, estendeu-se até o final da década de 1970.

3.2 Exportação de produtos industriais

O novo momento é produto do crescimento acelerado vivido pela economia brasileira a partir do final dos anos 1960, que recebeu a alcunha apologética de “milagre brasileiro”. No período de 1968 a 1973, cabe notar, a indústria de duráveis cresceu, em média, a 23,8% ao ano. Foi a expansão da indústria de duráveis que alavancou o forte crescimento do PIB nessa época, fazendo com que crescesse em média a 11,5% ao ano (SOUZA, 2004).

O desenvolvimento desse setor demandava um intenso processo de concentração de renda. De um lado, porque, estando sob controle estrangeiro, exigia enormes lucros como forma de viabilizar simultaneamente as remessas para suas matrizes e o investimento em expansão interna; de outro, porque, destinando seu produto aos estratos da sociedade de maiores níveis de renda, demandava que a renda se concentrasse a favor desses setores. Observe-se que o salário-mínimo real em São Paulo caiu 22% de 1964 a 1967 e o salário mais freqüente para as diversas categorias sindicais do mesmo estado caiu 26%; daí em diante, até 1970, houve uma estabilização do poder de compra do salário, mas, novamente, voltou a cair; de 1970 a 1973, o mínimo caiu 15% e o mais freqüente, 13% (SOUZA, 2004).

INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA BRASILEIRA: ESTRATÉGIAS DE ENTRADA E DESAFIOS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

O intenso processo de concentração de renda no período, assentado em forte queda do salário real, acarretou como conseqüência o estreitamento relativo do mercado interno da indústria de bens de consumo popular. A sua expansão passou, pois, a depender, fortemente, do crescimento das exportações, o que foi garantido, tanto pela política de incentivos fiscais e creditícios às exportações, quanto pela política externa brasileira, que, ao diversificar as relações diplomáticas com o exterior, diversificou também o comércio exterior.

Sob o impacto da crise mundial deflagrada em 1974, a economia brasileira reduziu o ritmo de expansão, e a indústria de duráveis – antes alimentada pelo crédito fácil ao consumidor e pela concentração de renda – passou a ter dificuldades no mercado interno, passando, também, a receber incentivos para ocupar o mercado externo (SOUZA, 2004).

Logo depois, o forte impulso recebido pela indústria de base através do II Plano Nacional de Desenvolvimento (1974-79), que completou, no fundamental, sua implantação no País, exigiu, como condição, a ocupação do mercado externo por essa indústria. Sua característica fundamental foi completar a industrialização por substituição de importações, isto é, seu mercado prioritário era o interno. No entanto, dada a grande dimensão das plantas industriais requeridas nesse setor, sua instalação exigia o desbordo do mercado interno (SOUZA, 2004).

Foi assim que, a partir dos anos 1970, a indústria brasileira passou a ocupar uma fatia crescente – e, a partir de determinado momento, dominante – das exportações brasileiras. Completava-se, no fundamental, o processo de industrialização brasileiro. A partir de então, sua continuidade começou a demandar a incorporação dos setores de tecnologia de ponta (informática, biotecnologia, novos materiais, comunicações) e a massificação do mercado interno.

3.3 Exportação de capitais

A estagnação econômica que o País viveria desde a década de 1980 teve o condão de paralisar esse processo. O PIB brasileiro, depois de crescer a uma taxa média anual de 7% entre 1930 e 1980, cresceu a uma taxa pouco superior a 2% nos 25 anos seguintes.

Novos fatos surgiram no começo da década de 1990 que determinaram mudança, ainda que com um significado reduzido, na trajetória da industrialização brasileira. A partir de então, muitas empresas industriais, que já vinham exportando mercadorias, passaram também a exportar capitais, instalando negócios no exterior. Com a exportação de capitais, viveriam um novo momento em seu processo de internacionalização.

Nadia Wacila Hanania Vianna, Nilson Araújo de Souza, Sérgio Nunes Muritiba, Sheila Regina de Almeida & Luís Henrique Pereira

Os dados são reveladores: os investimentos diretos no exterior (IDE) que, de 1983 a 1992, só haviam acumulado um estoque de US\$ 2,5 bilhões, atingiram US\$ 79,3 bilhões em 2005. Esses montantes não incluem as outras formas de exportação de capitais, como investimento em carteira (portfólio), empréstimos, financiamentos, depósitos, etc. O Banco Central só elaborou o primeiro censo sobre capitais brasileiros no exterior em 2001. A tabela 1 exibe os dados relativos ao capital brasileiro no exterior, no período 2001-04:

Tabela 1. Capitais brasileiros no exterior – distribuição por modalidade (em US\$ bilhões) no período 2001-04

| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|-----------------------------------|------|------|------|------|-------|
| Total | 68,6 | 72,3 | 82,7 | 93,2 | 111,7 |
| IDE | 49,7 | 54,4 | 54,9 | 69,2 | 79,3 |
| Demais modalidades ⁽¹⁾ | 18,9 | 17,9 | 27,8 | 24,0 | 32,4 |

Fonte: Banco Central do Brasil

Nota(1): Investimentos em carteira, derivativos, financiamentos, empréstimos, leasing, depósitos, outros investimentos.

Apesar da forte aceleração do fluxo de IDE brasileiro, seu peso, no entanto, ainda não é significativo no conjunto do investimento realizado no País. Segundo estudo da Unctad, o IDE brasileiro representava no período 2001-03 a média de apenas 0,2% da Formação Bruta de Capital Fixo (FBCF) do País, contra 3,2% do Japão, 4,1% da Alemanha, 6,6% dos EUA, 19% do Reino Unido e 22% da França (ALEM; CAVALCANTI, 2005, p.50).

Porém, se for considerado o montante absoluto do estoque do IDE, o Brasil só fica aquém, dentre os países em desenvolvimento, de Hong Kong (China), Cingapura e Taiwan (ALEM; CAVALCANTI, 2005, p.53).

No caso brasileiro, não se pode afirmar que esteja havendo sobra de capitais para ser exportada; ao contrário, há insuficiência. A taxa de investimento (FBCF/PIB) exibida na tabela 2, tem estado em torno de 20% nos últimos 10 anos, mal dando para alavancar um crescimento anual do PIB em torno de 2,5%. Estimativas do IPEA indicam que seria necessária uma taxa de 25% para viabilizar um crescimento do PIB de 5%; embora a taxa de poupança seja superior a 20%, esse “excedente” tem sido utilizado para remunerar o passivo externo.

Tabela 2. Taxa de investimento (FBCF/PIB) em (%). Período 1995 – 2004

| 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 ⁽¹⁾ |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------------------|
| 20,5 | 19,3 | 19,9 | 19,7 | 18,9 | 18,9 | 19,5 | 18,3 | 18,0 | 19,6 | 20,1 |

Fonte: IBGE

INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA BRASILEIRA: ESTRATÉGIAS DE ENTRADA E DESAFIOS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

Nota (1): Corresponde aos nove primeiros meses do ano.

Embora pareça paradoxal, uma explicação para a exportação brasileira de capitais pode residir na raiz desse processo: a abertura econômica ocorrida ao longo da década de 1990 (a tarifa média de importação, que fora de 51,3% em 1988-89, desabou para 13,1% em 1995, praticando-se, então, uma tarifa efetiva média de 7%, sem contar a extinção das medidas de proteção não-tarifárias verificada no período), agravada pela sobrevalorização da moeda nacional de 1994 a 1998 e, novamente, de 2003 para cá.

As empresas industriais brasileiras passaram a ser duplamente penalizadas: de um lado, com a abertura econômica, tinham que disputar o mercado interno com produtos importados; de outro, tinham que arcar com o triplo custo da moeda valorizada, da elevada e crescente carga tributária, conforme apontado na tabela 3, e com os maiores juros reais do mundo. Desde 1993, os juros reais básicos praticados no Brasil têm-se mantido num patamar bastante elevado, tornando-se os maiores no *ranking* mundial, a partir de 2004 (GLOBAL INVEST). Como consequência, além de disputar o mercado interno em condições desvantajosas em relação à produção importada, as empresas brasileiras passaram a ter dificuldades crescentes em colocar seu produto no exterior.

Tabela 3 . Carga tributária como percentagem do PIB – 1993-2004

| Ano | Carga tributária (% do PIB) |
|------|-----------------------------|
| 1993 | 25,72 |
| 1994 | 29,47 |
| 1995 | 29,76 |
| 1996 | 28,97 |
| 1997 | 29,03 |
| 1998 | 29,73 |
| 1999 | 31,79 |
| 2000 | 32,49 |
| 2001 | 33,92 |
| 2002 | 35,53 |
| 2003 | 34,88 |
| 2004 | 35,88 |
| 2005 | 37,37 |

Fonte: Secretaria da Receita Federal, Ministério da Fazenda.

Diante desse quadro, grandes empresas brasileiras buscaram compensar essa perda de mercado interno e esses custos elevados e crescentes com mecanismos que favorecessem suas vendas no exterior, quer através de mecanismos que viabilizassem suas exportações, quer mediante a instalação de empreendimentos no exterior, muitos deles em apoio às suas exportações.

Nadia Wacila Hanania Vianna, Nilson Araújo de Souza, Sérgio Nunes Muritiba, Sheila Regina de Almeida & Luís Henrique Pereira

Os próprios bancos brasileiros que estão se internacionalizando têm tido como um dos seus objetivos apoiar as empresas exportadoras em seus investimentos no exterior. Isso vem ocorrendo com os três maiores bancos privados nacionais. Segundo Cintra (2006), os três maiores bancos privados nacionais (Bradesco, Itaú e Unibanco) ampliaram seus níveis de internacionalização, passando a ter mais de 20% dos seus ativos totais no mercado internacional no final de setembro de 2002.

Segundo o referido autor, “a expansão externa tem três objetivos básicos: expandir suas fontes de captação, ofertar instrumentos para as empresas exportadoras e ampliar o espectro de investimento dos seus principais clientes no exterior” (CINTRA, 2006, p. 330).

4 CENÁRIO ATUAL DA INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA

A indústria eletroeletrônica, segundo a associação do setor, a ABINEE, depois de manter suas exportações praticamente estacionadas, em torno de US\$ 4,56 bilhões por ano, ao longo dos primeiros quatro anos desta década de 2000, passou a aumentar suas exportações, ano a ano, a partir de 2004, quando subiu para US\$ 5,34 bilhões, atingindo US\$ 7,77 bilhões em 2005 e US\$ 8,96 em 2006 (ABINEE, 2007).

Houve uma mudança de comportamento entre os principais destinos: enquanto a participação dos Estados Unidos baixou de 44% em 2001 para 21% em 2006, a da América Latina (organizada na ALADI³) subiu de 35% para 53% no mesmo período (ABINEE, 2007).

Ao longo da década de 2000, os telefones celulares firmaram-se como o principal produto de exportação da indústria eletroeletrônica instalada no Brasil, passando de US\$ 849,4 milhões em 2001 para US\$ 2,66 bilhões em 2006, quando representaram cerca de 30% das exportações do setor. Os celulares são seguidos de longe pelos motocompressores herméticos, cujas exportações subiram de US\$ 387,8 milhões para US\$ 642,7 milhões, a eletrônica embarcada, que aumentaram de US\$ 268,6 milhões para US\$ 623,4 milhões, e os componentes para equipamentos industriais, que avançaram de US\$ 202,5 milhões para US\$ 589,9 milhões (ABINEE, 2007).

O setor, no entanto, vem sofrendo um crescente déficit nas suas relações com o exterior: este subiu de US\$ 7,46 bilhões no ano 2000 para US\$ 9,73 bilhões em 2006 (Idem: 8-9, tabelas). Vimos que as exportações experimentaram um importante crescimento no período. Não está aí, portanto, a fonte do crescente déficit. Este resultou do forte incremento

³ Associação Latino –Americana de Integração.

INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA BRASILEIRA: ESTRATÉGIAS DE ENTRADA E DESAFIOS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

das importações, que subiram de US\$ 11,89 bilhões em 2000 para US\$ 18,68 bilhões em 2006 (Idem: 09, tabela). Esta subida recente ocorreu, principalmente, de 2004 em diante (em 2002-3, as importações estavam em torno de US\$ 10 bilhões ao ano). Não por mera coincidência, essa tendência se verifica no momento em que se dá uma forte valorização do real, tornando mais baratos os produtos estrangeiros em moeda nacional. Essa revalorização do real corresponde, na prática, a uma nova abertura da economia, repetindo o que ocorreu nos anos 1990.

Com relação à origem dos eletroeletrônicos importados, ocorreu também uma modificação importante: os Estados Unidos, que forneciam em 2001 35% do total, baixaram sua participação para 14% em 2006, enquanto os países do Sudeste Asiático aumentaram sua participação de 30% para 62% no período (ABINEE, 2007).

Três produtos se destacam nas nossas importações de eletroeletrônicos: os semicondutores, cujas importações subiram de US\$ 1,62 bilhão em 2001 para US\$ 3,33 bilhões em 2006, os componentes para telecomunicações, que subiram de US\$ 1,08 bilhão para US\$ 2,42 bilhões, e os componentes para informática, com aumento de US\$ 899 milhões para US\$ 2,18 bilhões (ABINEE, 2007).

Uma importante conclusão que se impõe é a seguinte: tanto em nível de destino das exportações quanto de origem das importações, o Brasil diminuiu sua dependência em relação a um único mercado, o dos Estados Unidos, passando a concentrar suas exportações na América Latina e suas importações no Sudeste da Ásia.

O forte crescimento das importações de eletroeletrônicos indica um importante grau de abertura econômica do setor, acirrando a concorrência no mercado interno. Tal fato pressionou muitas empresas do setor, reproduzindo o que ocorreu em outros setores da economia, a adotarem estratégias em busca da internacionalização. No entanto, os dados revelam que, no geral, ainda se limitam à primeira etapa da internacionalização, isto é, à exportação de mercadorias. Assim foi que praticamente dobraram as exportações de produtos eletroeletrônicos entre a média dos primeiros quatro anos desta década e o último ano considerado (2006).

A internacionalização via investimento direto no exterior (IDE) ainda está em níveis insignificantes, inclusive havendo diminuído em 2004 e 2005, segundo os registros do Banco Central do Brasil. Se considerarmos a fabricação de máquinas, aparelhos e materiais elétricos, material eletrônico, aparelhos e equipamentos de comunicações, de acordo com a

Nadia Wacila Hanania Vianna, Nilson Araújo de Souza, Sérgio Nunes Muritiba, Sheila Regina de Almeida & Luís Henrique Pereira
nomenclatura do BC, o IDE evoluiu da seguinte forma: US\$ 135 milhões em 2001, US\$ 101 milhões em 2002, US\$ 135 milhões em 2003, US\$ 65 milhões em 2004 e US\$ apenas irrisórios US\$ 14 milhões em 2005 (BANCO CENTRAL).

Medidas governamentais impactaram positivamente áreas específicas da indústria eletroeletrônica, como é o caso da Medida Provisória-255 (MP-252 revista) em relação à área de Informática, pela isenção do pagamento de PIS e Cofins para a empresa que exportar pelo menos 80% da sua produção (FOLHA ONLINE, 27/10/2005). Evidentemente, essa isenção, além de incentivar exportações, possibilita a prática de preços menores e, conseqüentemente, maior competitividade no mercado interno.

Por outro lado, a área de produtos de consumo, segundo o presidente da Associação Nacional de Produtos Eletroeletrônicos – Eletros, sofreu com a concorrência dos produtos chineses, com a insegurança jurídica no comércio intra-MERCOSUL, notadamente com a Argentina, e com a falta de condições de acesso preferencial aos mercados mais desenvolvidos, que poderiam ter sido negociadas pelo governo brasileiro (NETCOMEX, 23/11/2006).

5 A PESQUISA EMPÍRICA

Visando conhecer a motivação para a internacionalização, dificuldades encontradas nesse processo e a trajetória percorrida, efetuou-se pesquisa junto a empresas exportadoras, associadas à ABINEE, sediadas no estado de São Paulo.

Inicialmente, foi estabelecido contato telefônico com todas as 46 empresas, solicitando-se a colaboração da diretoria/gerência de exportação no preenchimento do questionário, pré-testado, que seria enviado por meio eletrônico (e-mail).

Embora o contato inicial tenha suscitado boa receptividade, obteve-se baixo índice de retorno (26%) dos questionários. Com base nessa amostra acidental (não-probabilística) pouco numerosa, efetuou-se apenas análise qualitativa das respostas.

5.1 Apresentação dos resultados

A década de 1990 foi o período mais freqüentemente citado como início da busca pelo mercado externo. Quanto aos fatores motivadores, quase a totalidade dos respondentes mencionou o desejo de atuar em novos mercados e ampliar negócios; a necessidade do

INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA BRASILEIRA: ESTRATÉGIAS DE ENTRADA E DESAFIOS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

conhecimento de novas tecnologias, para possibilitar maior competitividade com os produtos do exterior, também foi enfatizada.

Outras menções, relacionadas com a economia local e ações governamentais: baixo desempenho da economia local e fraca demanda; PROEX (Programa de Financiamento às Exportações) com garantia de pagamento pelo seguro à exportação; isenção de impostos; dólar valorizado e favorável (início da referida década); e participação em feiras e missões empresarias. Foi também citado o aumento da concorrência interna, gerado pela abertura da economia.

No que tange aos receptores dos produtos exportados pelas empresas, foram indicados os seguintes destinos: a maioria dos países da América do Sul (11); América do Norte (7); Europa Ocidental (5); países da África (4); Oceania(3) e Ásia (3).

Foram citadas várias dificuldades enfrentadas no processo de internacionalização: falta de apoio de certos segmentos do governo (5); adequação do produto às normas exigidas pelos órgãos de qualidade do país alvo (7); relação desfavorável entre dólar e real - flutuação cambial (4); preço competitivo; custo Brasil; infra-estrutura precária; serviços e frete caros (2); burocracia (2) e inflexibilidade das normas cambiais; Receita Federal despreparada com muitas normas sem explicações e contraditórias no mesmo período; juros altos; falta de confiança dos importadores na empresa e na qualidade dos produtos brasileiros; greves na Receita Federal; crises econômicas nacionais e internacionais; falta de conhecimentos mercadológicos; e, diferenças culturais.

Por outro lado, alguns elementos facilitadores foram registrados, a maioria deles pontualmente: disponibilidade de operações financeiras antecipadas, como ACC (Adiantamentos de Contratos de Câmbio) e ACE (Adiantamentos sobre Cambiais Entregues), que financiam a custo subsidiado a operação; ser um produto brasileiro; visitas efetuadas aos clientes e empresas no exterior, na década de 1990; isenção de impostos; crescimento do mercado de telecomunicações, com grandes investimentos na área; apoio da APEX (Agência de Promoção de Exportações e Investimentos) e Banco do Brasil.

A trajetória seguida nesse processo variou muito de empresa para empresa. A modalidade exportação foi a estratégia predominante (apontada por nove empresas). No entanto, três empresas indicaram um grau de envolvimento maior em seu processo de internacionalização, como a instalação de subsidiária no exterior ou a instalação de *joint ventures* de produção e/ou comercialização. Ou seja, começaram a realizar investimento direto no exterior em apoio a suas atividades de exportação, reproduzindo o padrão das

Nadia Wacila Hanania Vianna, Nilson Araújo de Souza, Sérgio Nunes Muritiba, Sheila Regina de Almeida & Luís Henrique Pereira
empresas instaladas no País que realizam esse tipo de investimento. Por sua vez, seis empresas revelaram realizar a exportação direta via canais próprios. Não indicaram que canais são esses, mas é possível conjecturar sobre a existência de escritórios no exterior, uma forma embrionária de IDE.

O quadro a seguir exhibe a área à qual pertence a empresa dentro da indústria eletroeletrônica e as estratégias de internacionalização adotadas:

Quadro 1. Seqüência de modos de entrada no ambiente internacional - por área da indústria eletroeletrônica.

| Área da Indústria Eletroeletrônica | Empresa ⁽¹⁾ | Modos de entrada no ambiente internacional |
|------------------------------------|------------------------|---|
| Automação industrial | A | Exportação direta via canais próprios da empresa → subsidiária própria fundada pela empresa no exterior → exportação direta via intermediários do país receptor |
| Componentes | B | Exportação direta via canais próprios da empresa |
| Equipamentos Industriais | C | Exportação indireta → Exportação direta via intermediários do país receptor → Exportação direta via canais próprios da empresa |
| Geração Transmissão-Distribuição | D | Exportação indireta → Exportação direta via canais próprios da empresa → Exportação direta via intermediários do país receptor |
| Material Elétrico de Instalação | E | Modo contratual → exportação direta via intermediários do país receptor → <i>joint venture</i> de comercialização → exportação direta via canais próprios da empresa → exportação indireta → <i>joint venture</i> de produção |
| | F | Exportação indireta |
| | G | Exportação indireta → exportação direta via canais próprios da empresa |
| Telecomunicações | H | <i>Joint venture</i> de comercialização → <i>joint venture</i> de produção → subsidiária própria no exterior, por meio de aquisição |
| | I | Exportação direta via intermediários do país receptor → exportação direta via canais próprios da empresa |
| Utilidades domésticas | J | Exportação direta via intermediários do país receptor → Exportação indireta |
| | K | Exportação direta via canais próprios da empresa |

Nota (1): para impossibilitar a identificação das empresas, estas foram denominadas por letras do alfabeto.

É necessário salientar que uma empresa não disponibilizou informações relativas às estratégias adotadas.

5.2 Análise dos resultados

Os diretores/gerentes das empresas pesquisadas mencionaram a questão da tecnologia e fraca demanda interna como fatores que alavancaram o processo de internacionalização, principalmente a partir da última década. A procedência de tais afirmações encontra respaldo na abertura econômica, efetuada na referida década, quando o produto nacional passou a competir com o importado, que apresentava dentre outros atributos, mais qualidade; a demanda interna, em níveis considerados baixos para este setor, apenas refletia o crescimento verificado para o PIB brasileiro desde 1980 (aproximadamente 2% ao ano), que punha em risco a atividade da maioria dos setores.

As dificuldades, flutuação cambial e juros/taxas altos, encontradas no processo de internacionalização, além de serem instrumentos governamentais de estabilização econômica, revelam a pesada e crescente carga tributária vigente há mais de uma década, que tem gravado a atividade industrial no país.

Quanto às estratégias de internacionalização utilizadas, a maior parte das empresas amostradas seguiu o modelo da Escola de Uppsala, no sentido de que tem havido um envolvimento gradual com países receptores, a partir das modalidades de exportação adotadas. Adicionalmente, convém notar, 37% dos mercados receptores citados são da América do Sul e guardam, portanto, proximidade psíquica do mercado brasileiro.

6 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objeto de estudo o processo de internacionalização de empresas da indústria eletroeletrônica, instaladas no Brasil. Para analisar esse processo, recorreu-se a dois referenciais: de um lado, a base teórica proporcionada pelas teorias da internacionalização e, de outro, os elementos históricos captados a partir da trajetória de internacionalização das empresas industriais brasileiras.

Dentre as teorias da internacionalização, observou-se que o Paradigma Eclético explica o padrão do investimento no exterior, mas não explica o processo, o modo de entrada e as seqüências de comprometimento dos recursos. Por sua vez, o modelo de Uppsala, embora

Nadia Wacila Hanania Vianna, Nilson Araújo de Souza, Sérgio Nunes Muritiba, Sheila Regina de Almeida & Luís Henrique Pereira severamente criticado devido às mudanças no ambiente competitivo, que teriam pressionado para a quebra da seqüência nele proposta, traz como grande contribuição a ênfase dada aos fatores culturais no processo de internacionalização.

Quanto à trajetória de internacionalização das empresas industriais brasileiras, verificou-se que se constitui basicamente de duas etapas, ainda que superpostas: inicialmente, mesmo sem abrir mão do mercado interno, muitas empresas começaram a demandar o mercado externo; depois, mais recentemente, começaram a instalar plantas no exterior, principalmente para apoiar suas atividades de exportação. Esse processo explica-se, de um lado, pelo aumento da concorrência interna provocado pela abertura econômica e, de outro, pelas desvantagens competitivas internas geradas pela combinação entre juros altos, carga tributária elevada e sobrevalorização da moeda local.

Procurou-se verificar se esses elementos teóricos e históricos se manifestaram no caso concreto da internacionalização da indústria eletroeletrônica instalada no Brasil. Dada a natureza exploratória da pesquisa, baseada em amostragem não-probabilística, os resultados obtidos restringem-se à amostra pesquisada e, portanto, não permitem generalizações. Entretanto, é possível destacar alguns aspectos relevantes deste estudo, quais sejam: a motivação para a internacionalização teve como principal impulsionador a busca de novas tecnologias e a ampliação de mercado; as empresas em início de processo de internacionalização, em sua maioria, tenderam a optar pela exportação (direta ou indireta) como modalidade de entrada, ou seja, ainda não atingiram as fases mais avançadas de internacionalização, representadas pela realização de investimento direto no exterior, mas algumas delas já ingressaram nessa etapa da internacionalização; as dificuldades mais freqüentemente mencionadas para a internacionalização apontam para a falta de apoio governamental (política integrada de desenvolvimento das exportações), a necessidade de adequação às normas de controle de qualidade do país-alvo e, notadamente, a flutuação cambial e altas taxas de juros e impostos.

De forma geral, pode-se considerar que os resultados da pesquisa dão suporte à teoria de internacionalização proposta pela Escola de Uppsala, à medida que as empresas, em sua maioria, procuraram iniciar o processo a partir de um envolvimento gradual com outros países e direcionaram esforços para aqueles com menor distância psíquica, ou seja, países da América Latina.

REFERÊNCIAS

ABINEE – Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica. **Panorama econômico e desempenho setorial – 2007.**

ALEM, A . C. ; CAVALCANTI, C. E. O BNDES e o apoio à internacionalização das empresas brasileiras: algumas reflexões. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, V. 12, no. 24, dez. 2005, p. 50.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Capitais brasileiros no exterior – CBE. Disponível em: www.bcb.gov.br. Acesso em: 23.04.2007, às 16 h.

BARTLETT, C.; GHOSHAL, S. **Gerenciando empresas no exterior:** a solução transnacional. São Paulo: Makron Books. 1992.

CINTRA, M. A . M. A reestruturação patrimonial do sistema bancário brasileiro e os ciclos de crédito entre 1995 e 2005. In: Carneiro, Ricardo (org.). **A supremacia dos mercados e a política econômica do governo Lula.** São Paulo: Unesp, 2006, p. 329-330.

DE NEGRI, A. ; SALERNO, M.S.; (Organizadores). **Inovações, padrões tecnológicos e desempenho das firmas industriais brasileiras.** Brasília: IPEA, 2005.

DIB, L.A.; CARNEIRO, J. Avaliação comparativa do escopo descritivo e explanatório dos principais modelos de internacionalização de empresas. In: 30º EnANPAD, 2006. **Anais...**, Salvador, 2006, CD-Rom.

DUNNING, J. Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests. **Journal of International Business Studies.** vol 11 (1), pp 9-31., 1980.

FOLHA ONLINE. Conheça os principais pontos da nova “MP do Bem” aprovada na Câmara. 27out 2006. Disponível em : <http://www.folha.uol.com.br/> Acesso em: 24nov 2006.

FORTE, S.H.A.C.; SETTE, E.L.M.J. Internacionalização de empresas: o caso do setor de rochas ornamentais e de revestimento do Estado do Ceará. In: 29º EnANPAD, Anais ...Brasília 2005, CD-Rom.

GHOSHAL, S.; PIRAMAL, G. ; BARTLETT, C. **Managing radical change:** what indians companies must do to become world class. India: Penguin Books, 2000.

HILFERDING, R. **El capital financiero.** Trad. V. Romano García. Madri: Tecnos, 1973.

HEMAIS, C. A. (Organizador). **O desafio dos mercados externos.** Rio de Janeiro: Mauad, 2005.

IGLESIAS,R.;MOTTA VEIGA, P. Promoção de exportações via internacionalização das firmas de capital brasileiro. Rio de Janeiro: BNDES, mai. 2002 (Relatório de Pesquisa).

JOHANSON, J. e VAHLNE, J. The mechanism of internationalization. **International Marketing Review.** vol. 7 (4), pp.11-24, 1990.

Nadia Wacila Hanania Vianna, Nilson Araújo de Souza, Sérgio Nunes Muritiba, Sheila Regina de Almeida & Luís Henrique Pereira
 NETCOMEX . Aumentam as compras de eletroeletrônicos de consumo. 30 out 2006. Disponível em: <http://www.netcomex.com.br/noticias> .Acesso em: 23nov 2006.

NOORBAKSH, F., A. PALONI, A. Y.. Human capital and FDI inflows to developing countries: new empirical evidence. **World Development**. vol. 29 (9), 2001.

PROCHNIK, V.; ESTEVES, L.A.; FREITAS, F. M. **Grau de internacionalização das firmas industriais brasileiras e suas características microeconômicas**. Disponível em: www.ipea.gov.br/sites/000/2/livros/comerciointernacional/cap12_grauinternacionalizacao.pdf . Acesso em: 22 mai 2007.

PROENÇA, E. R.; OLIVEIRA Jr., M. de M. Aplicabilidade das Teorias de Internacionalização a Empresas Brasileiras: O Caso da Companhia Siderúrgica Nacional. In: I Workshop sobre Internacionalização de Empresas da FEA-USP. **Anais ...** São Paulo: FEA USP, 2 e 3 de maio de 2006.

ROCHA, A .; ALMEIDA, V. In: TANURE, B.;DUARTE , G.B. (Orgs.).**Gestão Internacional**, São Paulo: Saraiva, 2006.

SOUZA, N. A . **Economia brasileira contemporânea– de Getúlio a Lula**. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **A longa agonia da dependência** – economia brasileira contemporânea (JK-FH). São Paulo: Alfa-Omega, 2004.

SOTTO-MAYOR FILHO, L.A . ; FERREIRA, G.C. Internacionalização de empresas de prestação de serviços em tecnologia de informação: o caso de duas empresas brasileiras. In: 30º EnANPAD. **Anais...**Salvador, Bahia, 2006.

STAL, E. ; CAMPANÁRIO, M. A. Developing Countries and the Attraction of R&D Centers of Multinational Companies. In: I Workshop sobre Internacionalização de Empresas da FEA USP. **Anais...** São Paulo: FEA USP, 2 e 3 de maio de 2006.

URBAN, T. P. ; FLEURY, M. T. L. Os desafios culturais em uma multinacional brasileira:um estudo de caso. In: I Workshop sobre Internacionalização de Empresas da FEA USP. **Anais...** São Paulo: FEA USP, 2 e 3 de maio de 2006.

VAHLNE, J. E. ; NORDSTRÖM, K. A. The internationalization process: impact of competition and experience. **International Trade Journal**. 1993, vol.7 iss. 5, pp.529-548.

VERNON, R. International Investment and International Trade in the Product Cycle. **The Quarterly Journal of Economics**, vol 80 (2), p. 190-207, 1966.

WILSON, D. ; PURUSHOTHAMAN, R. Dreaming With BRICs: The Path to 2050. **Global Economics**, paper n. 99, 2003.

Site

ABINEE – www.abinee.org.br