

# Por que as empresas exportam? crítica às teorias sobre o comportamento exportador

**Ângela da Rocha**  
Professora de Marketing  
da COPPEAD-UFRJ

## SÍNTESE

Os principais estudos realizados sobre o comportamento exportador das empresas, principalmente na última década, são considerados neste artigo.

Com a avaliação do estado atual do conhecimento sobre o assunto são sugeridos temas para pesquisas futuras.

### Palavras-chave:

- Comportamento exportador
- Mercado internacional
- Política de promoção à exportação

Outubro/87

## INTRODUÇÃO

O estudo do comportamento exportador das empresas tem sido uma das áreas de maior interesse para os estudiosos, no âmbito das pesquisas sobre gerência de exportação. Uma das principais razões para esse interesse reside exatamente na necessidade de conhecer os motivos e formas de atuação das empresas nos mercados internacionais, de maneira a dar suporte às decisões governamentais de alocação de incentivos e subsídios, assim como a outros elementos das políticas de promoção às exportações. Este conhecimento é de particular importância no Brasil, onde uma política vigorosa de promoção às exportações tem sido empregada nos últimos vinte anos.

A teoria do comércio internacional oferece algumas explicações relativas a características do produto e condições do país de onde se originam as exportações. Uma delas é a teoria das vantagens comparativas, que afirma que um país exporta aqueles produtos para os quais dispõe de vantagens comparativamente a outros produtos no país, e importa aqueles nos quais está em desvantagem relativamente a outros produtos. Outra explicação é oferecida pela teoria da proporcionalidade de fatores, de Heckscher e Ohlin, que afirma que um país tende a se especializar naqueles produtos que usam em maior quantidade os fatores de produção mais abundantes no país.

Ambas as teorias assumem que países realizam transações comerciais com outros países, sem levar em conta o fato evidente, nas modernas economias de mercado, de que são na verdade empresas de um país que transacionam com empresas de outro país (Leighton, 1970). Assim, as explicações proporcionadas pela teoria econômica, ainda que válidas no plano macro, parecem insuficientes para explicar, no plano micro, as forças que levam uma empresa em particular a ingressar no mercado internacional.

Os esforços para o entendimento do porquê as empresas exportam levaram a pesquisas voltadas para a identificação dos fatores relacionados à exportação, bem como para o desenvolvimento de modelos descritivos do processo decisório de exportação e do envolvimento da empresa com esta atividade.

Assim, o estudo do comportamento exportador pode ser subdividido em cinco grandes áreas, a partir dos enfoques utilizados pelos pesquisadores:

- iniciação na exportação;
- determinantes do comportamento exportador;
- modelos de comportamento pré-exportador;
- modelos seqüenciais de estágios de exportação;
- grau de envolvimento com a atividade exportadora.

O propósito deste trabalho é examinar os principais estudos realizados nos últimos anos, em particular na última década, sobre o comportamento exportador das empresas, de forma a avaliar o estado atual do conhecimento sobre o tema, e sugerir campos de pesquisa futura.

## INICIAÇÃO NA EXPORTAÇÃO

Um dos primeiros enfoques utilizados para o entendimento do comportamento exportador das empresas foi, simplesmente, o de investigar diretamente as causas, que os executivos atribuíam, para ingresso de suas empresas na atividade de exportação. A maior parte destes estudos consistiu de *surveys* junto a empresas exportadoras, enquanto outros faziam parte de investigações mais amplas envolvendo também empresas não exportadoras. A principal limitação deste tipo de pesquisa é que os entrevistadores podem apenas fornecer justificativas racionais — ou racionalizadas — para sua iniciação em exportação, em função das limitações próprias do método utilizado.

Os principais estudos empíricos a investigarem as forças associadas à iniciação das exportações na empresa são apresentados no quadro 1. Os números apresentados indicam a ordem de importância de um determinado fator, conforme resultados obtidos pela pesquisa em referência.

Os três primeiros fatores indicados no quadro (pedidos inesperados do exterior, existência de capacidade ociosa, mercado saturado/muito competitivo) podem ser descritos como fatores que “empurram” a empresa para o mercado internacional; os seis últimos, como fatores que “puxam” a empresa para o mercado internacional. O quarto fator — incentivos governamentais à exportação — é, provavelmente, um caso intermediário.

O fator mencionado com maior frequência é, sem dúvida, o recebimento de pedidos inesperados do exterior. Bilkey (1977) já havia chamado a atenção, em sua revisão da literatura sobre o comportamento exportador, para o fato de que este fator assumia um papel da maior importância em praticamente todos os estudos realizados até aquela data e consultados pelo autor. As percentagens de empresas a citarem-no variavam de 83% a 40%, tanto nos Estados Unidos como em outros países.

Vale notar, em contraposição às observações de Bilkey, que, entre os estudos mais recentes realizados nos Estados Unidos, este fator parece ter perdido sua importância, o mesmo não ocorrendo nos estudos realizados em outros países (Canadá, Noruega e Brasil), onde continua a receber um número elevado de menções.

Como explicar as diferenças ocorridas nos Estados Unidos, entre os primeiros estudos citados por Bilkey e aqueles referidos no presente trabalho, já que o motivo inicial de ingresso na atividade exportadora não poderia, teoricamente, ter modificado? Uma possível explicação consistiria na taxa de saída das empresas da atividade de exportação. Se uma parte substancial das empresas não permanecer nesta atividade por muito tempo, então os resultados de pesquisas realizadas num período de dez anos podem retratar, de fato, modificações nos fatores que induzem as empresas a exportarem.

Isto foi verificado no Brasil por Kerbel, Schmidt e Christensen (1986) que, entrevistando 152 empresas em 1984, seis anos após a realização de um primeiro conjunto de entrevistas com a mesma amostra, verificaram que 61 delas haviam interrompido as exportações, o que equivalia a 40% do total da amostra. O curto tempo de atividade da maioria das empresas americanas no comércio internacional é confirmado pelos resultados ob-

tidos por Rabino (1980), que define o “exportador típico”, na região de Massachusets, como uma empresa de “vendas anuais em torno de 5,5 milhões de dólares e que exporta há menos de cinco anos...”

Uma outra explicação poderia estar nas amostras usadas nos vários estudos: empresas de menor porte poderiam ser mais dependentes de pedidos do exterior do que as de maior porte. Examinando, porém, as características das amostras utilizadas pelos autores americanos citados no quadro 1, verifica-se que em todos os estudos as amostras cobriam apenas empresas de menor porte (usualmente definidas como tendo até 500 empregados ou cinquenta milhões de dólares em vendas anuais).

É curioso observar ainda, no quadro 1, de que forma os fatores mais citados pelas empresas americanas encontram-se tipicamente na parte inferior da tabela (isto é, entre os fatores que “puxam” a empresa para o mercado internacional), enquanto os mais citados pelas empresas de outros países concentram-se na parte superior do quadro (isto é, entre os fatores que “empurram” as empresas para o mercado internacional). Isto pode significar a existência de diferenças substanciais entre países no que se refere ao comportamento exportador das empresas. Tais diferenças podem estar ligadas a determinadas características culturais, estágio de desenvolvimento do país etc.

## DETERMINANTES DO COMPORTAMENTO EXPORTADOR

Os primeiros estudos sobre comportamento exportador enfatizaram as diferenças entre exportadores e não exportadores. O propósito desses estudos consistiu, fundamentalmente, em diferenciar as características de empresas que exportavam das que não exportavam, fornecendo elementos para a identificação do perfil do exportador.

Em vários destes estudos procurou-se determinar:

- as barreiras percebidas pelos exportadores e pelos não exportadores no que se refere à atividade de exportação (Weinrauch e Rao, 1974; Ogram, 1982; Kaynak e Stevenson, 1982; Tesar e Tarleton, 1983; Kaynak e Kothari, 1984);
- sua percepção de riscos, lucros e custos associados à atividade exportadora (Hackett, 1973; Brooks e Rosson, 1982; Ogram, 1982) ou, de forma mais ampla, sua percepção dos objetivos da empresa e dos efeitos da atividade exportadora sobre esses objetivos (Cavusgil, 1976, 1982; Cavusgil e Navin, 1981; Tesar e Tarleton, 1983);
- sua percepção dos pontos fortes e fracos (Brooks e

Quadro 1

Fatores que afetam a iniciação na atividade exportadora  
(por ordem de importância)

FATORES	ESTUDOS NOS EUA					ESTUDOS EM OUTROS PAÍSES				
	Grub (1971)	Bilkey & Tesar (1977)	Johnston & Czinkota (1982)	Tesar & Tarleton (1982)		Kaynak & Kothari (1984)	Brooks & Rosson (1982) Canadá	Kaynak & Kothari (1984) Canadá	Joynt (1982) Noruega	Meira (1978) Brasil
				Agressivos	Passivos					
Pedidos inesperados do exterior		1			1		2	2	1	3
Existência de capacidade ociosa						2	1	3	2	
Mercado saturado/muito competitivo	3						3	4	3	1
Incentivos governamentais à exportação										2
Produto singular/exclusivo			2	1						
Vantagens competitivas da empresa (tecnologia/marketing, etc.)			3	2		1				
Oportunidades no mercado internacional	1						1			
Melhor uso de recursos						3				
Maiores lucros	2		1			4				
Desejo da gerência			4							4

Rosson, 1982) ou das vantagens diferenciais da empresa, expressas em termos de produto (Garnier, 1982), do grau de adoção de inovações de processo (Daniels e Robles, 1982), da posse de patentes (Snaveley et alii, 1964), de um produto exclusivo, de qualquer outra vantagem diferencial em termos de preço ou tecnologia ou de proximidade do mercado (Cavusgil e Nevin, 1981);

- o processo de busca de informação sobre mercados externos e as fontes utilizadas (Brooks e Rosson, 1982) ou, de forma mais genérica, o grau de comprometimento da gerência com a decisão de exportar, medido pela realização de tarefas como a obtenção de informações sobre mercados externos, a avaliação de potencial, a formulação de políticas de exportação e o planejamento de marketing (Cavusgil e Nevin, 1981);
- o conhecimento dos programas de exportação do governo (Kaynak e Kothari, 1984) ou sua utilização (Ogram, 1982);
- as características da alta gerência, tais como idade, grau de instrução, conhecimento de idiomas, orientação internacional (Pinney, 1969; Langston, 1976; Brooks e Rosson, 1982); nível e tipo de educação da alta gerência, viagens ao exterior (Langston, 1976; Ogram, 1982); origem étnica (Garnier, 1982); percepção da distância geográfica e cultural dos mercados (Garnier, 1982); filosofia gerencial (Ogram, 1982);
- as características estruturais da própria empresa, tais como tamanho (Cavusgil e Nevin, 1981; Reid, 1982; Garnier, 1982), capacidade ociosa (Ogram, 1982; Garnier, 1982), idade (Ogram, 1982), âmbito de atuação nacional versus regional (Snaveley et alii, 1964), dispersão geográfica da produção (Snaveley et alii, 1964).

Os resultados obtidos podem ser descritos como esparsos e, muitas vezes, contraditórios. Indicam-se aqui apenas alguns dos principais pontos de conflito entre os diversos estudos já mencionados.

O estudo das barreiras à exportação é provavelmente um dos melhores exemplos do estado rudimentar do conhecimento sobre o comportamento exportador. O propósito deste tipo de estudo é verificar que fatores podem inibir a atuação das empresas em mercados externos.

Examinando os vários estudos realizados até a data Bilkey (1977) chama a atenção para as divergências existentes entre eles. Destaca, particularmente, que alguns pesquisadores encontraram um número maior de barreiras percebidas por exportadores, comparativamente a não-exportadores, enquanto outros não encontraram relação significativa, e outros ainda uma relação inversa. O autor oferece uma explicação plausível para tais diferenças, que consiste no fato das empresas, dependendo do estágio em que se encontram em relação à exportação, perceberem obstáculos de forma distinta. Assim, em uma empresa que nunca exportou nem explo-

rou a possibilidade de exportar, a gerência tenderia a perceber menor número de obstáculos; em uma empresa que nunca exportou, mas que já explorou a possibilidade de exportar e desistiu, a gerência perceberia um número maior de obstáculos; e assim por diante.

Uma outra explicação está nas próprias listas de barreiras oferecidas aos respondentes. Estas listas são algumas vezes mais extensas, outras vezes mais suscintas. Uma mesma barreira pode aparecer em uma lista de forma sintética, sob a forma de um único item, e em outra subdividida em vários itens. O quadro 2 compara os itens listados em quatro estudos recentes sobre barreiras à exportação.

Bauerschmidt, Sullivan e Gillespie (1985), aplicando a análise fatorial, definem cinco fatores principais relacionados às barreiras percebidas pelos executivos da indústria americana de papel: política nacional de exportações, distância comparativa de marketing, falta de compromisso da gerência com exportação, restrições econômicas externas e concorrência acirrada. Estes cinco fatores são utilizados no quadro 2 para classificar os itens de cada lista.

O fator "política nacional de exportações" aparece, na lista destes autores, em três itens: falta de assistência do governo, falta de incentivos governamentais e restrições a atos de corrupção no mercado internacional. Não aparece, no entanto, em qualquer outro entre os estudos mencionados. Já o fator "distância comparativa de marketing" aparece em dois itens, na lista de Rabino (1980); em quatro, na de Tesar e Tarleton (1983); em seis, na de Kaynak e Kothari (1984); e em três, na de Bauerschmidt, Sullivan e Gillespie (1985). Apenas um item, entre os sete classificados neste fator, aparece nas quatro listas, com nuances diferentes.

Dependendo da construção da lista, portanto, as respostas obtidas de empresas exportadoras e não-exportadoras são totalmente distintas. Desta forma, a comparabilidade dos resultados obtidos, em termos de número de obstáculos percebidos, pode estar seriamente comprometida pelo uso de listas diferentes.

Um outro aspecto não mencionado na literatura, mas que seria de interesse no estudo do comportamento exportador, é até que ponto as barreiras percebidas são vistas como controláveis pela gerência, em um prazo determinado, ou como obstáculos fora de seu controle e, portanto, muito mais definitivos do que os anteriores.

Um outro exemplo de resultados conflitantes refere-se às expectativas da gerência quanto aos efeitos da exportação sobre a empresa. A percepção de lucros provenientes da atividade de exportação é algumas vezes maior entre exportadores do que entre não-exportadores (Ogram, 1982); outras vezes não se encontra qualquer diferença significativa (Brooks e Rosson, 1982). Cavusgil (1982) não encontrou qualquer diferença significativa entre não-exportadores que buscavam ativamente oportunidades de exportar e os que não buscavam tais oportunidades. Observou ainda que as empresas que exportavam menos de 10% de sua produção percebiam lucros menores, advindos da atividade de exportação, do que as que não exportavam. Tesar e Tarleton (1982) encontraram, por sua vez, que os exportadores consideravam que as exportações teriam um efeito ligeiramente positivo sobre os lucros, enquanto os não-exportadores achavam que teria um efeito ligeiramente

**Quadro 2**  
**Barreiras à Exportação**

Fatores *	Itens correspondentes nas listas de:			
	Rabino (1980) Estados Unidos	Tesar & Tarleton (1983) Estados Unidos	Kaynak & Kothari** (1984) Estados Unidos/Canadá	Bauerschmidt et alii (1985) Estados Unidos
Política Nacional de Exportações				falta de assistência do governo americano
				falta de incentivos do governo
				restrições legais à corrupção
Distância Comparativa de Marketing	padrões de qualidade e segurança distintos	diferenças nos produtos e hábitos do consumidor		diferenças no uso de produtos/diferenças nas especificações do produto
		dificuldades em obter representantes no exterior	dificuldades em obter representação adequada no exterior	falta de canais de distribuição no exterior
	falta de exposição a outras culturas	dificuldades em entender práticas de negócios no exterior	práticas competitivas distintas	diferenças de idioma e cultura
			sistema de transporte inadequado	altos custos de transporte
		carência de serviço em mercados externos	carência de serviço no exterior	
			determinação de preços	
			problemas de comunicação com clientes no exterior	
Falta de Compromisso da Gerência com Exportação		custo de exportar consome todo o lucro	custos elevados	riscos envolvidos em exportação
		custo de iniciar a exportação muito elevado		
	burocracia	dificuldades em obter documentos, licenças etc.	burocracia envolvida	normas de importação confusas
			capital insuficiente	falta de capital
	amplo mercado doméstico		amplo mercado doméstico	ênfase no mercado interno
		dificuldades em determinar oportunidades no exterior	falta de informação sobre mercados externos	
	falta de tempo da gerência		falta de tempo da gerência	
Restrições Econômicas Externas			barreiras governamentais (alfândega/tarifas)	tarifas elevadas nos mercados externos
		dificuldades em converter outras moedas em dólares	dificuldade em coletar dinheiro no exterior	dólar valorizado comparativamente a outras moedas
Concorrência Acirrada			concorrência externa	concorrência de empresas locais no exterior concorrência de empresas americanas no exterior

\* baseado nos resultados do estudo de Bauerschmidt et alii (1985).

\*\* obtidos a partir do texto do artigo de Kaynak e Kothari (1984). Não é possível saber se todos os itens constante da lista inicial foram incluídos, ou se listas diferentes foram apresentadas a exportadores e não exportadores.

negativo. Dichtl et alii (1984) sugerem que essa variável não deveria sequer ser considerada. Isto porque, de acordo com a teoria da dissonância cognitiva, os dirigentes de empresas exportadoras tendem a apresentar uma visão mais positiva da exportação do que seus congêneres; em empresas não-exportadoras, simplesmente pelo fato de já haverem tomado tal decisão.

Já no âmbito das características estruturais da própria empresa, a variável tamanho é, provavelmente, a que tem merecido maior atenção dos pesquisadores. Alguns estudos encontraram uma relação positiva entre tamanho e comportamento exportador (Garnier, 1982), enquanto outros não encontraram qualquer relação (Snaveley et alii, 1964; Czinkota e Johnston, 1983), e outros ainda postularam a existência de uma relação apenas dentro de certos limites de tamanho (Cavusgil, 1976). Bilkey (1977) sugere que a relação entre tamanho da empresa e comportamento exportador permanece obscura, considerando-se não somente os achados conflitantes de vários estudos mas, sobretudo, a possibilidade de o tamanho da empresa estar correlacionado com outras variáveis — a qualidade da gerência, por exemplo. Czinkota e Johnston (1981) argumentam, por sua vez, que existe um problema óbvio de causalidade na possível associação entre tamanho e exportação, e Reid (1982, 1985) sugere que a associação entre estas variáveis está longe de ser entendida.

Uma explicação genérica para tais diferenças é dada por Schlegelmilch (1986) que procurou mostrar, analisando uma amostra de empresas americanas e inglesas atuando em diferentes setores, que as características do comportamento exportador eram, pelo menos em parte, contingentes do país e da indústria específica em que atuava a empresa. Os resultados de seu estudo não são porém conclusivos, devido à falta de um teste estatístico das diferenças entre os perfis de exportadores dos vários países, deixando a questão essencialmente em aberto.

Um dos problemas principais com a pesquisa sobre determinantes do comportamento exportador é, obviamente, o problema da causalidade. Por exemplo, variáveis como tamanho e capacidade ociosa afetam ou são afetadas pelo desempenho exportador da empresa? Um dos poucos esforços de modelagem de causalidade se deve a Cavusgil e Nevin (1981) e a McGuinness e Little (1981) que propuseram modelos descritivos das relações entre variáveis (figuras 1 e 2). Nenhum desses esforços foge, no entanto, ao problema básico da direção da causalidade, como aliás reconhecem explicitamente Cavusgil e Nevin (1981).

A principal evidência de que o paradigma exportador/não-exportador talvez seja inadequado para orientar a pesquisa na área continua sendo o estudo realizado por Weiner e Krok (1967), que testaram o perfil encontrado por Snaveley et alii (1964). O teste colocou empresas que tinham o perfil indicado pelo primeiro estudo, mas que não exportavam, em contato com importadores potenciais. Nenhuma das empresas contactadas, no entanto, realizou qualquer exportação no período observado. Bilkey (1977) considera este resultado, entretanto, prova insuficiente de que o paradigma é inadequado, argumentando que outros fatores, tais como obstáculos à exportação não identificados ou o horizonte de tempo em que o estudo foi realizado, poderiam interferir nos resultados obtidos.

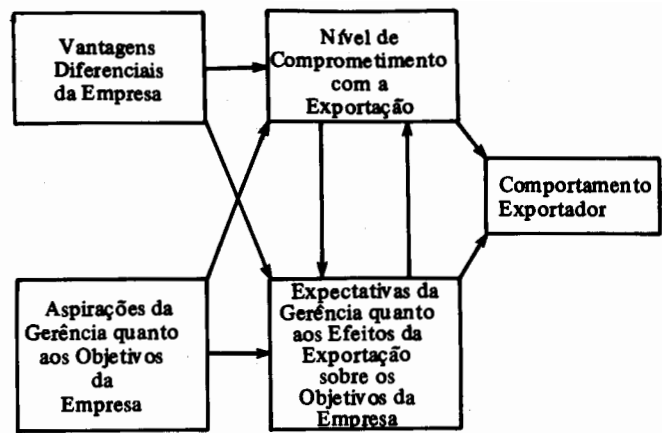


Figura 1: Modelo causal de Cavusgil e Nevin (1981)

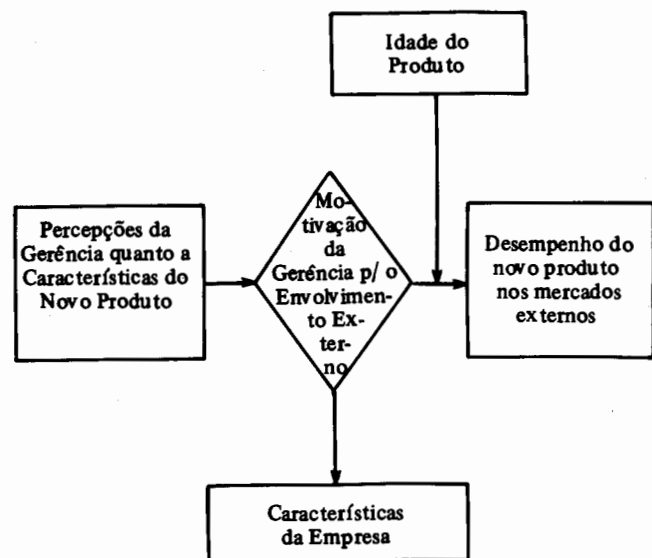


Figura 2: Modelo causal de McGuinness e Little (1981)

## MODELOS DO COMPORTAMENTO PRÉ-EXPORTADOR

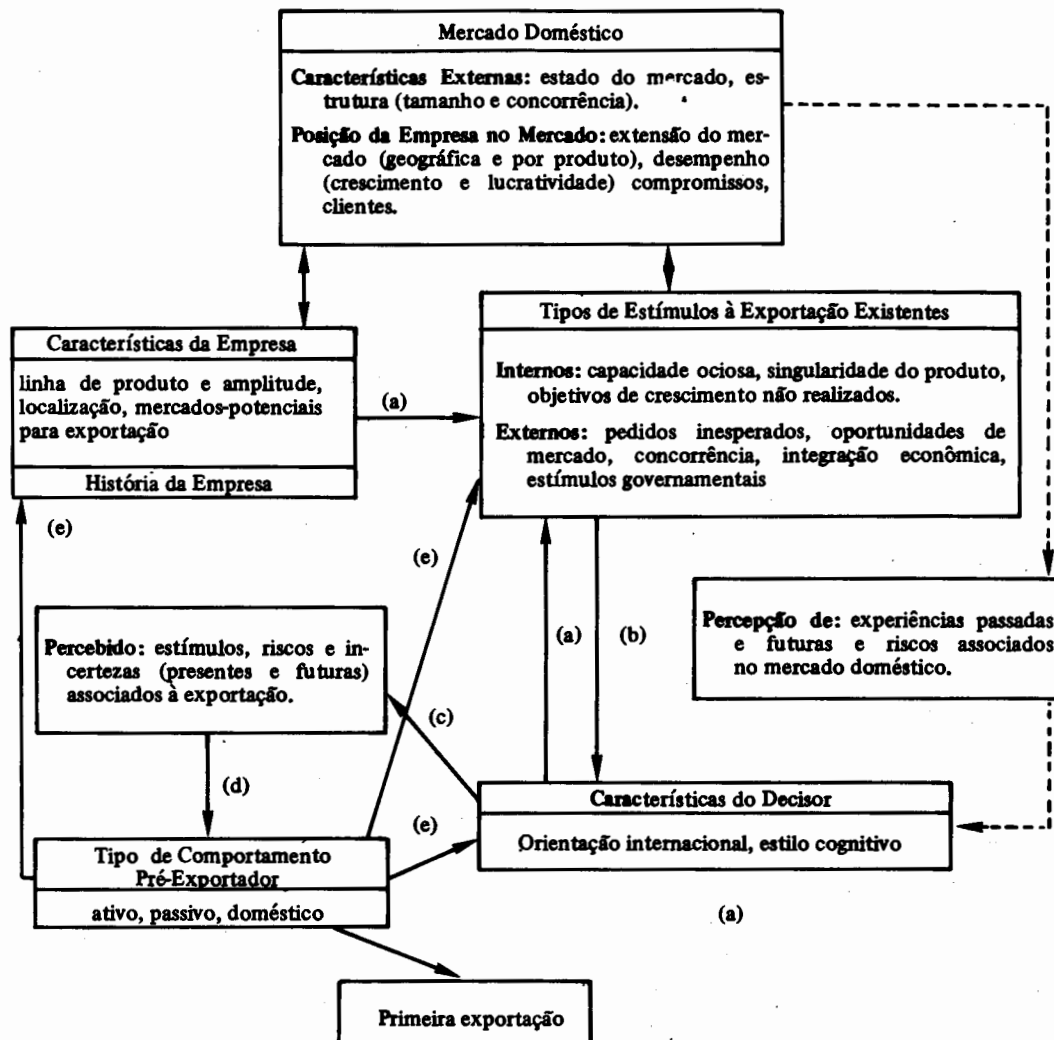
Alguns autores propuseram modelos para explicar o comportamento pré-exportador das empresas, entre os quais Wiedersheim-Paul, Olson e Welch (1978), Welch e Wiedersheim-Paul (1980), Garnier (1982), Souza, Schmidt and Colaiácovo (1983) e Dichtl et alii (1984). Estes modelos são apresentados nas figuras 3 a 7. Alguns deles são derivados empiricamente, a partir de estudos de casos em profundidade (Souza, Schmidt e Colaiácovo, 1983), ou de resultados de *survey* (Garnier, 1982), enquanto outros se constituem em generalizações a partir de resultados de vários estudos empíricos existentes na literatura.

Todos os modelos assumem a influência de fatores racionais e não racionais no processo decisório. Os fatores racionais estão geralmente ligados a características da empresa e de seu ambiente, e os não racionais a características dos responsáveis pela tomada de decisão de

exportação. Os fatores racionais são tipicamente aqueles considerados pelos economistas e identificados nos vários estudos resumidos anteriormente, que levam em conta a competitividade dos produtos da empresa, oportunidades e riscos da exportação, problemas com o mercado doméstico, capacidade ociosa etc. Os fatores não racionais pouco aparecem nas pesquisas do tipo *survey*, e são mais difíceis de serem medidos, mas não menos importantes, tais como a propensão do executivo-chefe a delegar, à distância psicológica que ele

percebe entre seu país e os mercados externos, o interesse em negociar com outros países, o orgulho em ver seu produto comercializado internacionalmente etc.

Além disto, à exceção dos modelos de Wiedersheim-Paul, Welch e Olson, os demais assumem um processo decisório estruturado, onde as várias etapas de motivação inicial, investigação, avaliação e decisão se sucedem. Existe pouca evidência empírica de que este tipo de processo predomine na tomada de decisão de exportação.



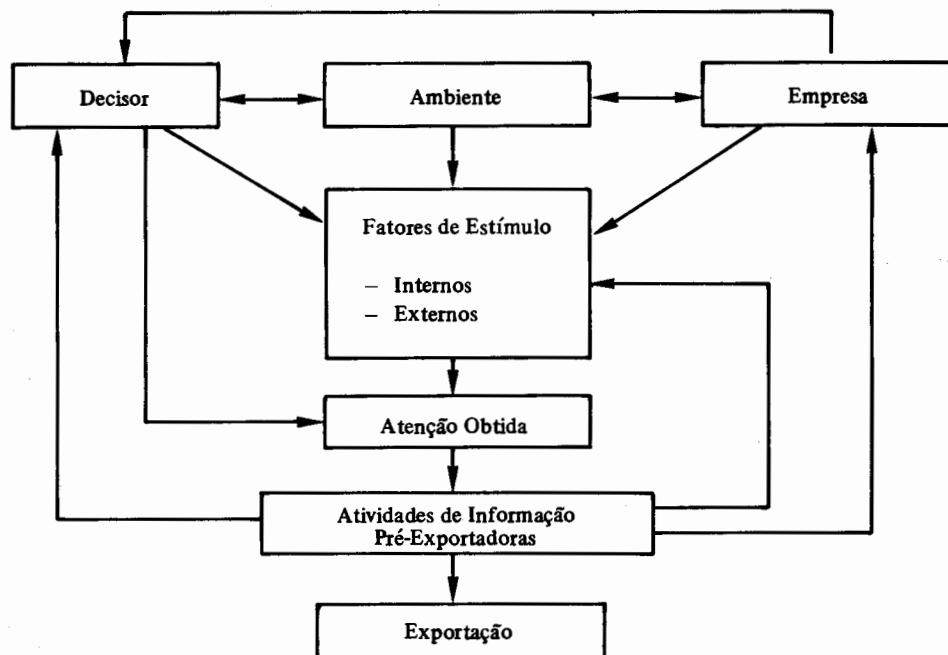
61

- (a) Influência à Exposição ao Estímulo
- (b) Alguns Estímulos são Percebidos
- (c) Determina Percepção
- (d) Influencia o comportamento
- (e) Feedback da experiência de comportamento pré-exportador.

Fonte: Bilkey (1977)

Figura 3. Modelo de comportamento pré-exportador de Welch e Wiedersheim-Paul (1977)

a. Wiedersheim-Paul, Olson e Welch (1978)



b. Welch e Wiedersheim-Paul (1980)

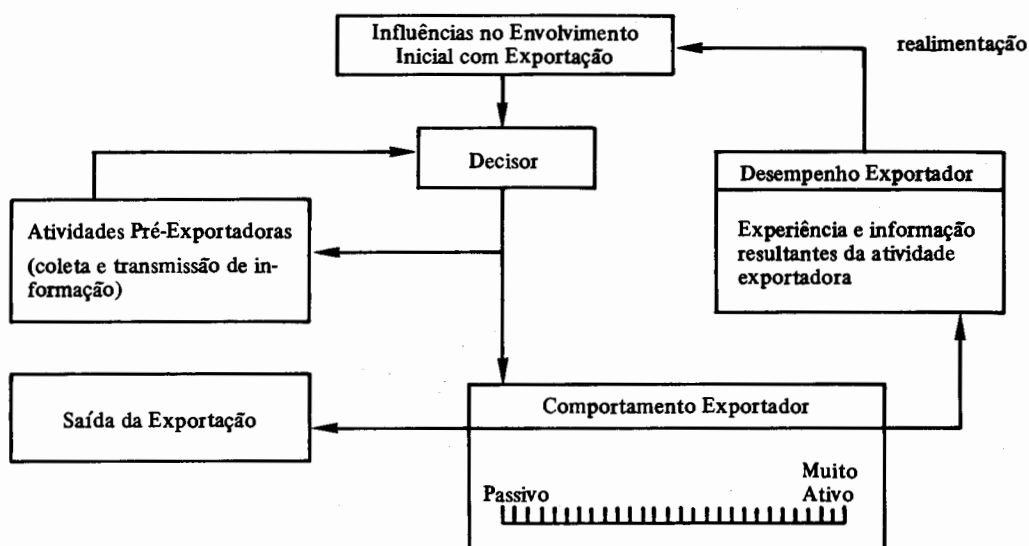


Figura 4. Variantes do modelo de Welch e Wiedersheim-Paul

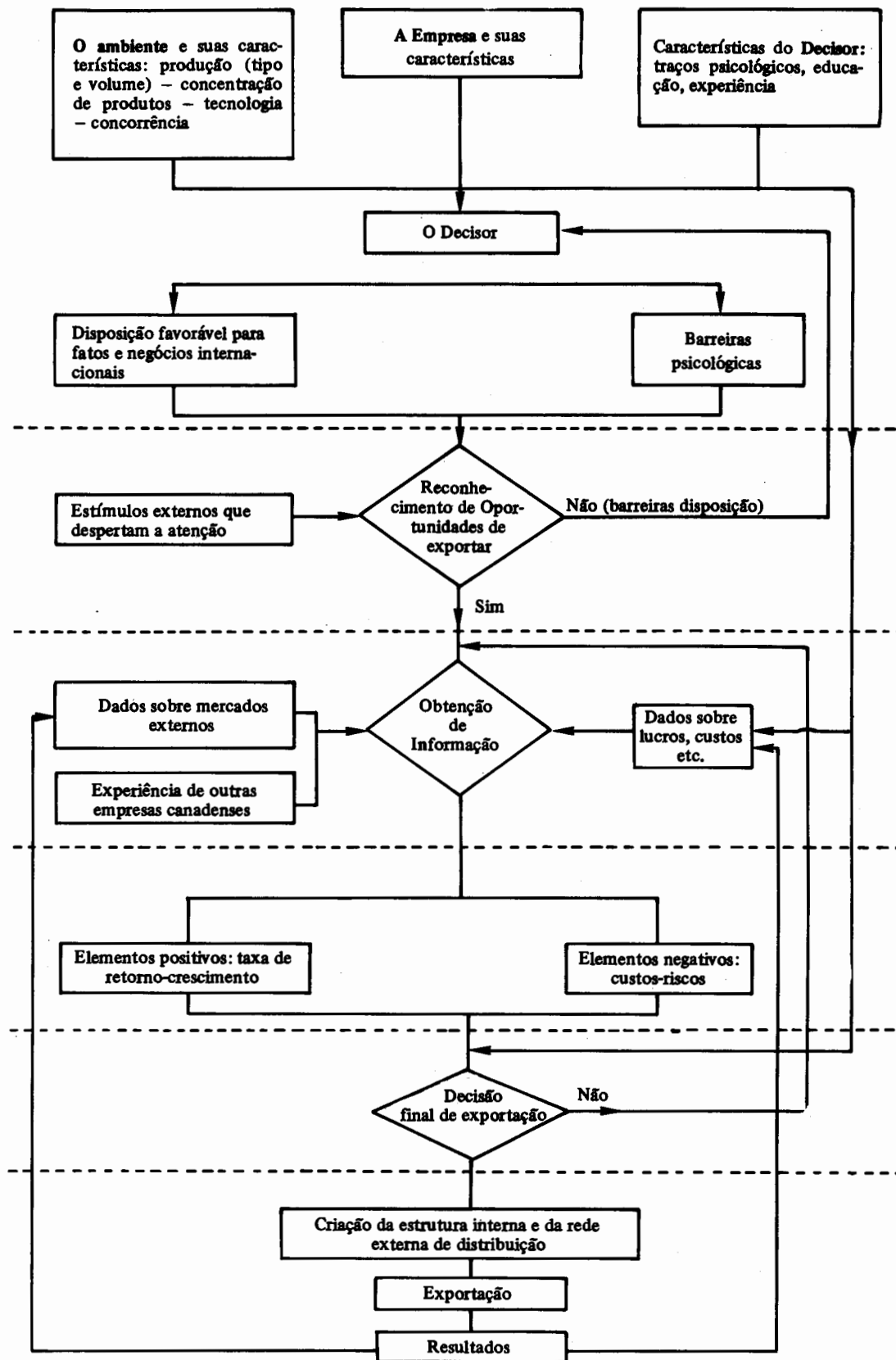


Figura 5. Modelo de comportamento pré-exportador de Garnier (1982)

a. Exportador Agressivo

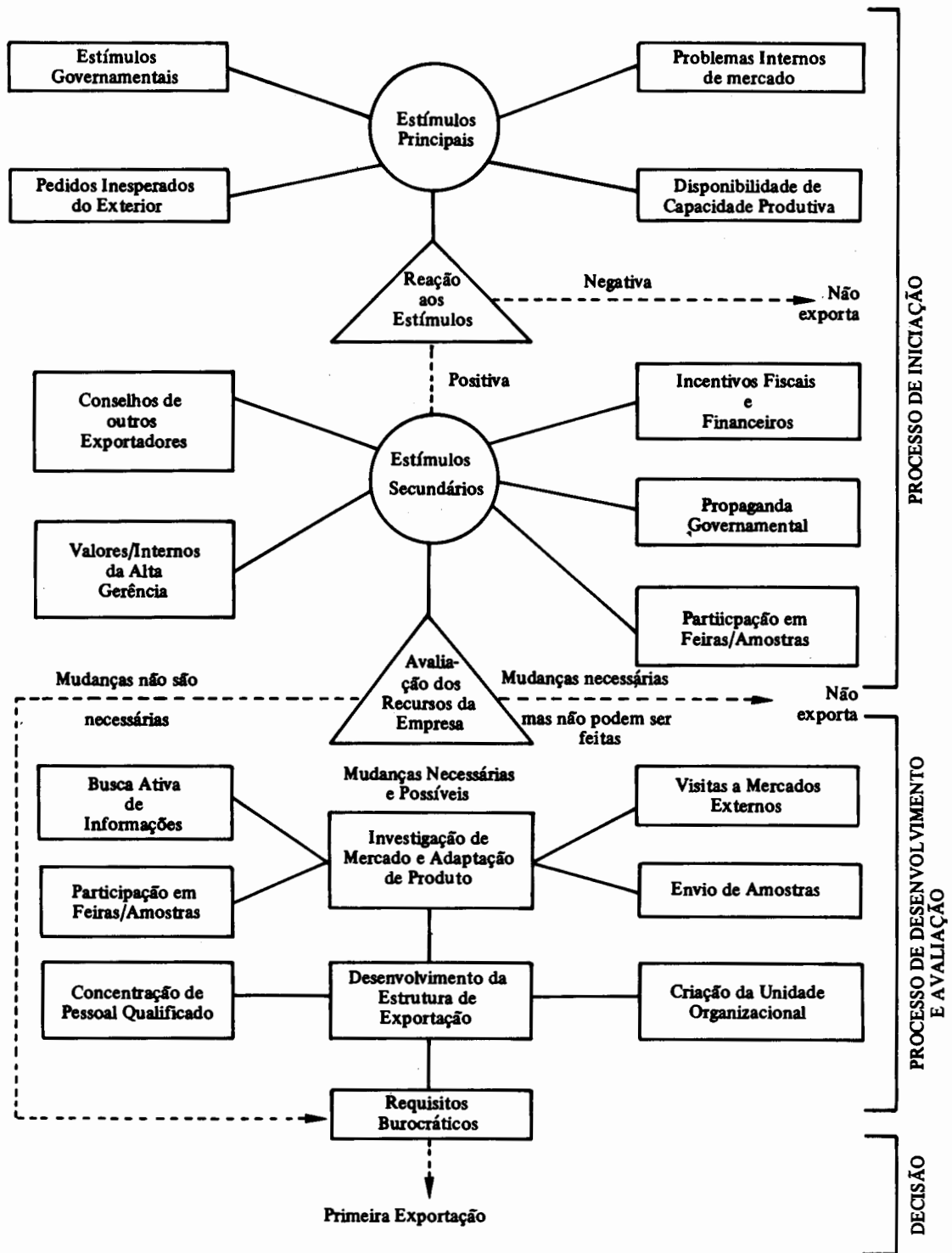


Figura 6. Modelo de comportamento pré-exportador de Souza, Schmidt e Colaiacovo (1983)

b. Exportador Passivo

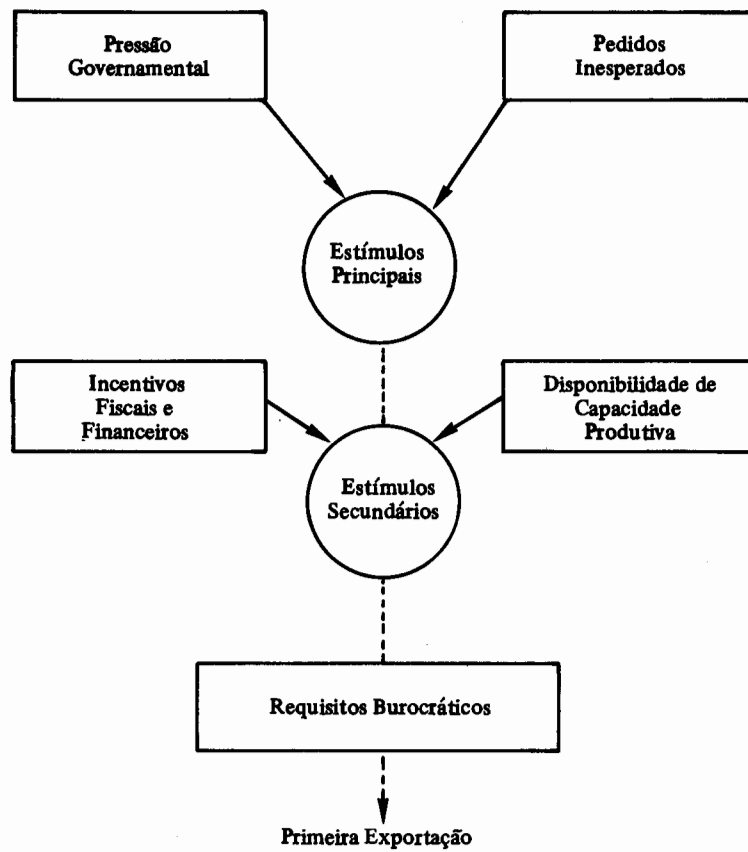


Figura 6. (Cont.)

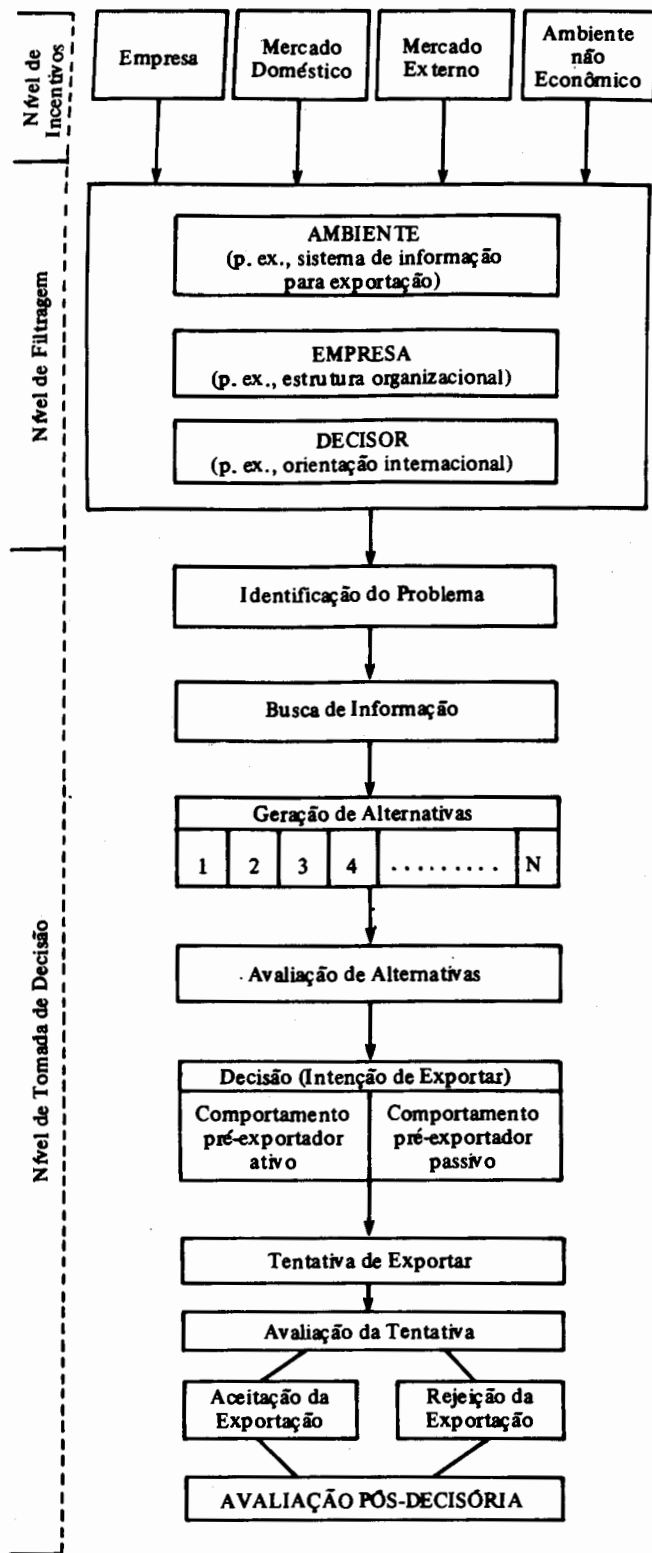


Figura 7: Modelo de comportamento pré-exportador de Dichtl et alii (1984)

A principal crítica aos modelos de comportamento pré-exportador existentes é de que se constituem mais em uma coleção de variáveis, que podem afetar direta ou indiretamente a decisão de exportar, do que em uma explicação coerente e integrada de como as empresas to-

mam tal decisão. Talvez a principal dificuldade com os modelos existentes esteja na tentativa de explicar tal processo de uma única forma, quando, na verdade, é provável que exista um número maior de formas pelas quais as empresas decidem exportar. Souza, Schmidt e Colaiácovo (1983) deram o primeiro passo neste sentido ao identificarem, para o caso brasileiro, dois processos decisórios "típicos", aplicáveis ao exportador agressivo e ao exportador passivo.

Talvez uma taxonomia útil para a montagem de perfis dos processos decisórios de exportação seja a utilizada por Lee e Brasch (1978) que, estudando o processo decisório de exportação em trinta e três empresas, classificou-o como: racional e não racional; baseado em problemas e baseado em oportunidades. O estudo obteve resultados estatisticamente significativos, que indicavam a predominância de processos decisórios não racionais e orientados para oportunidades entre as empresas da amostra.

O segundo problema no uso destes modelos é a existência de poucos testes empíricos sobre as relações propostas, tornando os resultados fragmentários ou contraditórios. As pesquisas sobre determinantes do comportamento exportador, já examinadas, mostram algumas das variáveis destes modelos que foram testadas empiricamente, sem a obtenção de resultados definitivos.

## MODELO SEQUENCIAL DE ESTÁGIOS DE EXPORTAÇÃO

Bilkey e Tesar (1977) desenvolveram uma outra linha de raciocínio, ao classificarem as empresas segundo um modelo de estágios no desenvolvimento das exportações. Esses estágios vão desde uma primeira etapa, de não interesse em exportação, até uma atitude de pleno envolvimento da empresa com o mercado externo. São os seguintes os estágios descritos pelos autores:

### Estágio 1:

A empresa não está interessada em exportar e poderá até mesmo recusar atender a pedidos do exterior;

### Estágio 2:

A empresa poderá atender a pedidos do exterior, mas a gerência não faz qualquer esforço para exportar;

### Estágio 3:

A empresa explora ativamente a possibilidade de exportar;

### Estágio 4:

A empresa exporta experimentalmente para países psicologicamente próximos;

### Estágio 5:

A empresa é uma exportadora experiente para países psicologicamente próximos;

### Estágio 6:

A empresa explora a possibilidade de exportar para países psicologicamente distantes etc.

O estudo empírico realizado pelos autores com o propósito de testar o modelo — embora enfocando apenas as empresas nos estágios três (exploração ativa da possibilidade de exportar), quatro (exportador experimental) e cinco (exportador experiente) — proporcionou indicações de que as empresas têm um comportamento diferenciado em cada um destes estágios.

Cavusgil (1980) propôs um modelo similar, constituído de cinco estágios: pré-envolvimento, envolvimento passivo, envolvimento experimental limitado, envolvimento ativo e comprometimento. Em estudos posteriores (1982, 1983), o autor procurou validar o conceito de estágios na exportação, embora utilizando taxonomias ligeiramente distintas da proposta inicialmente (figura 8). Da mesma forma que Bilkey e Tesar (1977), Cavusgil definiu uma série de variáveis que se mostraram capazes de discriminar as empresas pertencentes aos vários estágios.

Czinkota e Johnston (1981) definiram operacionalmente, de forma mais rigorosa, os estágios propostos por Bilkey e Tesar (1977), alterando ligeiramente a taxonomia para: empresas que não desejam exportar, empresas desinteressadas em exportar, empresas interessadas, exportadores experimentais, exportadores pequenos semi-experientes, grandes exportadores experientes.

Os modelos de estágios no desenvolvimento de exportações foram importantes para o avanço das pesquisas nesta área, na medida em que permitiram reconhecer a existência de mais de duas categorias de comportamento (exportador e não-exportador), ao diferenciarem entre os exportadores propriamente ditos.

O principal argumento favorável a estes modelos está na idéia de que as empresas seguiriam um processo gradual de envolvimento, evitando aceitar riscos iniciais elevados. Assim, a evolução de um estágio a outro ocorreria após um processo de aprendizagem, que se caracterizaria pela busca por gerência de informação e experiências, antes de aceitar envolvimento maior com o mercado externo. Este ponto de vista também foi defendido por Johanson e Vahlne (1977) que, dentro da tradição da Escola de Uppsala, propuseram um processo de internacionalização das empresas de natureza seqüencial, em que a aquisição de conhecimento e experiência seria a base para passos incrementais no desenvolvimento das atividades da empresa no mercado externo.

A principal limitação destes modelos está no fato de que são contraditórias as evidências de que as empresas passam de fato por vários estágios seqüencialmente. De um lado, os estudos mostraram, de forma consistente, diferenças no comportamento exportador das empresas, que permitem classificá-las em um ou outro dos "estágios". De outro, não se obtiveram evidências, empíricas de que as empresas passem sucessivamente pelos mesmos estágios, talvez em decorrência de limitações metodológicas — em particular ligadas à ausência de estudos do tipo *time series* na pesquisa sobre exportação — ou porque o fenômeno ocorre apenas em alguns casos e não em outros.

Ursic e Czinkota (1982), por exemplo, verificaram que empresas mais jovens — isto é, que existiam há menos de vinte anos — apresentavam atitudes mais favoráveis à exportação do que as empresas com mais de vinte anos de existência. Além disso, as empresas mais jovens exportavam, em média, um percentual superior de suas vendas, eram mais ativas no mercado externo e apresentavam maior crescimento em seu volume de vendas ao exterior do que as mais antigas.

Esses achados são consistentes com os de Cooper e Kleinschmidt (1985) de que as empresas que apresentavam melhor desempenho como exportadoras, atuando de forma diversificada em mercados externos, eram significativamente mais jovens e menos experientes em exportação do que as empresas pertencentes a outras categorias. Os resultados desse último estudo, porém, limitam-se ao caso da indústria eletrônica canadense.

Ambos os estudos sugerem uma relação negativa entre o tempo de atuação da empresa e o desempenho em exportação, assim como entre experiência nessa atividade e desempenho, contrariando portanto o modelo de estágios seqüenciais.

Estes resultados estão de acordo com os de um outro estudo, realizado por Denis e Depelteau (1985), que explorou em maior profundidade a relação entre experiência em exportação e comportamento exportador, em uma amostra de empresas na província de Quebec, Canadá. Os autores verificaram que tanto as empresas que haviam ingressado na atividade exportadora após 1970, como as que estavam nesta atividade anteriormente a essa data, podiam ser classificadas a partir do ritmo de expansão de suas exportações em lentas, moderadas e rá-

	Estágio 1	Estágio 2	Estágio 3	Estágio 4	Estágio 5
Estágios no processo de Internacionalização	Pré-Envolvimento	Envolvimento Passivo (resposta a pedidos inesperados)	Envolvimento Experimental Limitado	Envolvimento Ativo	Comportamento
Reconhecimento de oportunidades	Baixo	Esporádico	Moderado	Alto	Intenso
Natureza do processo de busca	L i m i t a d o e S e l e t i v o			I n t e n s i v o	
Forma dominante de tomada de decisão	D e s e s t r u t u r a d o e I n c r e m e n t a l			F o r m a l e E s t r u t u r a d o	
Habilidades decisórias tipicamente utilizadas	Passivo	Reativo	Intuitivo e Orientado para a Solução de Problemas	Ativo e Empresarial	Altamente Sistemático e Informado

Figura 8: Modelo seqüencial de estágios na exportação de Cavusgil (1980, 1982)

pidas. Além disso, tal ritmo diferenciava significativamente as empresas, dentro de cada categoria, no que se refere ao comportamento exportador. É possível que os achados destes autores expressem que o modelo seqüencial não pode ser visto apenas em termos de tempo, sendo necessário considerar também o grau de envolvimento e o ritmo de crescimento das exportações da empresa. De qualquer modo, nem mesmo estes resultados parecem sustentar a hipótese de que as empresas passam por estágios sucessivos no desenvolvimento de suas exportações.

O próprio Cavusgil (1983), um dos proponentes do modelo, não encontrou associação estatisticamente significativa entre experiência em exportação e estágios com relação à intensidade de exportação e estágios, encontrou apenas uma associação moderada.

Resultados contraditórios foram obtidos, no entanto, por Tesar e Tarleton (1982), que observaram em duas amostras distintas (em Virgínia e Wisconsin, nos Estados Unidos) que os exportadores passivos “pareciam ter sido expostos recentemente às operações de exportação”.

O suporte empírico mais conclusivo obtido pelo modelo foi proporcionado pelo estudo de Czinkota e Johnston (1981) que verificou, testando quatro métodos alternativos de segmentação das empresas americanas segundo seu comportamento exportador, que o melhor método de segmentação — isto é, o que proporcionou uma melhor discriminação entre os grupos — foi o modelo de estágios seqüenciais. Ainda assim, o estudo constatou apenas a existência de empresas em cada um dos seis grupos indicados por Bilkey e Tesar (1977), sem verificar no entanto se as empresas passaram de um estágio a outro.

O estudo de Kerbel, Schmidt e Christensen (1986) trouxe uma contribuição ao entendimento do problema. Mostrou que a maioria dos ex-exportadores brasileiros aproximava-se mais das características dos estágios iniciais da exportação que os exportadores bem-sucedidos, à época em que ambos os grupos exportavam.

Isto pode ser um indicador de que a taxa de fracasso nos estágios iniciais seria bastante superior à das empresas nos estágios mais avançados. Em outras palavras, grande número de empresas que ingressam na atividade de exportação pelos estágios preliminares deixaria de exportar antes de atingir os estágios mais avançados. Esta interpretação é coerente com as observações feitas anteriormente sobre o tempo em que as empresas permanecem na atividade de exportação.

Uma outra interpretação possível é de que as empresas já ingressam nesta atividade com atitudes e comportamentos definidos, que se mantêm no decorrer do tempo, sendo pequeno o número de casos de passagem de um estágio a outro. Assim sendo, comportamentos que expressassem, desde o início, maior grau de comprometimento com exportação estariam mais associados ao sucesso.

O estado atual do conhecimento empírico não permite portanto aceitar a existência de um modelo seqüencial de estágios na exportação, como paradigma básico para o entendimento do comportamento exportador, ainda que seja possível esperar que pelo menos em alguns casos tal modelo descreva a realidade. A freqüência com que esses casos ocorrem, porém, é ainda altamente questionável.

## GRAU DE ENVOLVIMENTO COM A ATIVIDADE EXPORTADORA

Um outro enfoque ao estudo do comportamento exportador é o que diferencia os exportadores a partir do grau de envolvimento com a atividade de exportação. Embora similar ao modelo seqüencial, na medida em que as categorias estudadas normalmente correspondem a pelo menos parte dos “estágios”, supõe-se implicitamente que o fato de as empresas se encontrarem em uma ou outra categoria não implica que passaram ou devam passar pelas demais.

Schlegelmilch (1986), analisando exportadores, não-exportadores e exportadores com alto grau de envolvimento, concluiu que as diferenças entre os dois primeiros grupos eram menores do que entre os dois últimos, indicando que o grau de envolvimento era um importante diferenciador do comportamento exportador das empresas.

As medidas operacionais do grau de envolvimento em exportação variam substancialmente de um estudo para outro, o que torna um pouco difícil a comparação. Para Tesar e Tarleton (1982), exportadores agressivos são aqueles que buscaram o primeiro pedido enquanto os exportadores passivos são aqueles que receberam apenas pedidos do exterior, sem qualquer esforço de sua parte. Para Nigel (1981), exportadores passivos são aqueles que receberam pedidos inesperados ou aqueles que apenas colocam seu excesso de produção nos mercados externos, enquanto os exportadores ativos são os que vêem a exportação como uma importante fonte de crescimento para a empresa.

Johnston e Czinkota (1982), por outro lado, construíram um “índice geral de motivação”, atribuindo pontos a um conjunto de motivos, classificados de acordo com a característica de reação da empresa e algum fator externo (pressão competitiva, excesso de produção, queda de vendas no mercado interno, capacidade ociosa etc) ou de iniciativa para explorar alguma oportunidade (conhecimento de mercados externos, vantagem tecnológica, produtos sem concorrentes etc).

Já Cavusgil (1984) mediu o nível de envolvimento da empresa com exportação a partir da percentagem de vendas por ela exportada, e Kerbel, Schmidt e Christensen (1986) pelo percentual de mercados externos onde ela atua ou já atuou.

Os resultados dos estudos utilizando o grau de envolvimento da empresa na exportação como variável dependente mostraram-se pouco consistentes, talvez devido às diferentes medidas operacionais adotadas.

Os resultados mais relevantes são provavelmente os obtidos por Tesar e Tarleton (1982). Neste estudo, os autores compararam empresas de dois Estados americanos (Wisconsin e Virgínia) e verificaram, em ambas as amostras, o comportamento dos exportadores agressivos e passivos. Esta metodologia permitiu verificar em que casos se obtinha o mesmo resultado para exportadores agressivos e passivos nas duas amostras independentes. Como as duas amostras foram coletadas em épocas distintas (Wisconsin, em 1974 e Virgínia, em 1981), não fica claro, em alguns casos, se os resultados obtidos se devem às diferenças de local ou de tempo.

Os resultados indicaram que:

— embora o tamanho diferenciasse os exportadores

agressivos dos passivos na Virgínia, as diferenças obtidas não foram significativas em Wisconsin;

- tanto os exportadores agressivos de Virgínia como de Wisconsin pareciam estar há mais tempo na atividade de exportação, e em ambos os grupos os exportadores agressivos exportavam 10% ou mais de suas vendas, contrariamente aos exportadores passivos, que exportavam menos de 10%;
- no que se refere ao processo de planejamento, o comportamento exportador de agressivos e passivos era distinto na Virgínia e em Wisconsin, exceto para uma alternativa;
- a única vantagem diferencial percebida com maior frequência pelos exportadores agressivos de ambos os Estados era o uso de técnicas de marketing eficientes;
- apenas em Wisconsin os exportadores agressivos indicaram dispor com maior frequência de uma política pré-definida e de uma estrutura formal de exportação;
- não se encontraram diferenças significativas entre os dois grupos no que se refere aos objetivos da empresa, aos obstáculos encontrados na exportação e ao risco percebido nesta atividade.

Parte desses resultados foi validada por Cavusgil (1984). Este autor observou que os exportadores mais ativos tinham maiores aspirações por lucros e expectativas mais favoráveis quanto aos efeitos das exportações para a empresa. Além disso, eram maiores, vendiam produtos intensivos em tecnologia e, em sua maioria, tinham uma política formal de exportação. Em contraposição, os exportadores menos ativos tinham maiores aspirações de segurança e expectativas desfavoráveis com relação ao efeito das exportações sobre o crescimento da empresa. Mais ainda: encontravam-se menos frequentemente em indústrias intensivas em tecnologia, não exploravam sistematicamente o mercado e não dispunham de política ou estrutura formal de exportação.

Por sua vez, Johnston e Czinkota (1982) também obtiveram uma relação positiva entre tamanho e agressividade em exportação. Quanto a Nigel (1981), observou que os exportadores passivos eram empresas menores, com uma percentagem menor do valor exportado sobre as vendas totais da empresa.

De uma certa forma, existe uma correspondência entre as várias classificações, que permite comparar os resultados empíricos dos diferentes estudos com a devida cautela. Assim, os ex-exportadores podem ser comparados com os não-exportadores e com os exportadores no estágio 1 da classificação de Bilkey e Tesar (1977). Os exportadores passivos corresponderiam aos exportadores da fase 2, do modelo de Bilkey e Tesar (1977) e de Cavusgil (1980). Os exportadores agressivos, por sua vez, teriam características similares às dos exportadores, dos exportadores bem sucedidos e das empresas que as enquadram nos estágios mais avançados do modelo seqüencial. Desta forma, qualquer que seja o enfoque utilizado pelos pesquisadores, é possível levar em conta os resultados de pesquisas anteriores sobre o comportamento exportador,

considerando-se que as diversas classificações atuariam como *proxies* uma da outra.

## COMENTÁRIOS FINAIS:

O Estado da arte sobre o comportamento das empresas é fracamente desencorajador. Apesar do número crescente de estudos nesta área, os resultados obtidos diferem apenas superficialmente da avaliação realizada por Bilkey (1977) há cerca de uma década.

Um dos problemas com a pesquisa em exportação é, certamente, de ordem metodológica. Apenas para citar alguns dos encontrados na análise da literatura existente, listam-se os seguintes:

### Problemas com a escolha de variáveis

Alguns estudos mostram pouca clareza no entendimento do que é uma *proxy* (por exemplo: Reid, 1982). Variáveis negativamente correlacionadas entre si não podem ser *proxies* de uma mesma variável, já que medem coisas distintas.

### Problemas com a representatividade das amostras

Alguns estudos utilizam amostras muito pequenas ou um número muito reduzido de observações dentro de cada estrato. Por exemplo, Garnier (1982) tem em uma de suas células, apenas seis observações, e em outra, dezessete; Denis e Depelteau (1985) utilizam uma amostra de cinquenta e uma empresas, sendo quinze exportadores experientes e os demais novos exportadores; Lee e Brasch (1978) estudam trinta e cinco exportadores do Nebraska.

Amostras demasiado pequenas são muitas vezes o resultado da coleta de dados através de entrevistas pessoais, ou da consulta a dados já existentes. A coleta de dados através do envio de questionários por correio também pode produzir importantes distorções, quando a taxa de resposta é muito reduzida. Taxas como as obtidas por Garnier (1982), de 8% e 14%, em dois setores da indústria canadense; por Naor (1983), que registrou 17% de respostas em estudo sobre exportadores da Coreia do Sul; ou por Ursic e Czinkota (1982) e por Schlegelmilch (1986) que obtiveram cerca de 20% de resposta, podem comprometer a validade dos resultados.

### Problemas com o respondente qualificado

Um problema adicional, associado ao anterior, é o de quem é o respondente qualificado na empresa. Em pesquisas por correio é muitas vezes possível controlar quem responde ao questionário. Este problema pode se tornar extremamente grave em estudos como o de Naor (1983), onde a comparabilidade dos resultados, em três amostras distintas, tornou-se comprometida pela diferença na posição hierárquica dos respondentes na empresa: enquanto estes eram executivos de topo em duas das amostras examinadas, na terceira eram tipicamente executivos de escalão médio.

### Problemas com a análise dos dados

Alguns estudos sobre exportadores, particularmente

aqueles realizados nas décadas de 60 e 70, são meras descrições de variáveis, sem qualquer esforço de comparação ou de análise estatística dos resultados. Conforme observam Dichtl et alii (1984), analisar apenas empresas que já exportam "é pouco aconselhável, devido a desvantagens inerentes à análise *ex post*".

Quando se utiliza o instrumental estatístico, porém, não é incomum encontrar um uso excessivo de testes univariados, o que aumenta a probabilidade de ocorrência de erros do tipo I. Como exemplo, encontram-se cerca de 100 correlações no trabalho de Johnston e Czinkota (1982), cerca de 60 testes univariados no de Cavusgil (1982) e cerca de 50 no de Brooks e Rosson (1982).

Além disso, uma metodologia alternativa, que vem sendo pouco explorada na literatura sobre comportamento exportador, é a de estudos de casos. Esta metodologia poderia trazer novos *insights* sobre as relações entre as variáveis.

### Problemas com as conclusões

Em alguns casos, as conclusões são extraídas sem a realização de testes estatísticos que garantem sua validade (Tesar e Tarleton, 1983; Kaynak e Kothari, 1984). Em outros, elas vão além do que sugerem os testes de hipóteses (Daniels e Robles, 1982; Nigel, 1981). Em outros casos, ainda, conclui-se que determinada variável não afeta o comportamento exportador, quando na verdade o estudo simplesmente não encontrou uma relação significativa. Isto se deve não só à possível inexistência de associação, como também a problemas metodológicos de natureza diversa, como, por exemplo, tamanho da amostra, tipo de *proxy* utilizada etc. (Czinkota e Johnston, 1983).

Além disso, as conclusões são comumente generalizadas para local, tempo e indústrias distintas, quando existem óbvias restrições a tais generalizações (Cooper e Kleinschmidt, 1985).

As recomendações, provenientes da literatura sobre comportamento exportador, referem-se basicamente à ação governamental necessária para estimular novas empresas a ingressarem na exportação. É aparente que o estado atual do conhecimento sobre o tema não permite chegar a tais recomendações.

### Problemas com as recomendações

Embora os problemas metodológicos anteriormente delineados mereçam consideração, não são estes certamente os únicos a afetarem as pesquisas sobre comportamento exportador. Talvez a principal limitação das pesquisas realizadas esteja na tentativa de estabelecer rela-

ções ou modelos gerais de comportamento exportador, que sejam válidos sem restrições de tempo, país, cultura, setor e outras variáveis, e que expliquem uma parcela substancial dos casos. É razoável supor que o comportamento exportador das empresas seja contingente de variáveis ambientais e psicológicas, que impossibilitem o desenvolvimento de um modelo geral.

Este ponto de vista encontra suporte em outras avaliações do estado atual da pesquisa na área. Reid (1983), comentando sobre as decisões da empresa de escolha de mercados e envolvimento com a atividade exportadora, observa que tais decisões seriam fundamentalmente o resultado de fatores idiossincráticos da empresa. Além disso, observa que não existem evidências claras de que a atuação do governo possa, de fato, levar empresas a exportarem além do que elas mesmas se propuseram.

Como passos futuros a serem dados na pesquisa sobre o comportamento exportador, recomendam-se, em conclusão, os seguintes pontos:

- maior ênfase na realização de estudos de casos em profundidade, abarcando o desenvolvimento da atividade exportadora das empresas, desde o período pré-exportador até o efetivo desenvolvimento das exportações, procurando identificar tipologias de processos decisórios e esclarecer as relações entre as variáveis intervenientes;
- desenvolvimento de estudos do tipo *time-series*, que permitam a realização de análises longitudinais do comportamento exportador das empresas;
- réplica de estudos, em vários setores da indústria e em diferentes países, com o propósito de verificar, a partir da mesma metodologia, a ocorrência ou não de resultados generalizáveis, independentemente de país e setor;
- desenvolvimento de estudos sobre os efeitos dos programas governamentais de estímulo à exportação sobre o comportamento exportador das empresas.

Acredita-se que tais esforços proporcionem novas indicações para o entendimento da questão, permitindo reconhecer, talvez, a própria natureza do problema examinado, e definir a possibilidade de construir ou não uma teoria geral do comportamento exportador. Será o estudo do comportamento exportador mais um beco sem saída na tentativa de entendimento do comportamento humano administrativo?

### ABSTRACT

Based on the principal studies about the exporting behavior of the enterprises during theses last ten years, the author evaluates the recent state of knowledge and suggests other subjects to future researches.

- BAUERSCHMIDT, A.; SULLIVAN, D. & GILLESPIE, K. Common factors underlying barriers to export: studies in the U.S. paper industry. *Journal of International Business Studies*, 16 (3): 111-23, Fall 1985.
- BILKEY, W.J. An attempted integration of the literature on the export behavior of firms. *Journal of International Business Studies*, 9 (1): 33-46, Spring/Summer 1978.
- \_\_\_\_\_. & TESAR, G. The export behavior of smaller sized Wisconsin manufacturing firms. *Journal of International Business Studies*, 8 (1): 93-98, Spring/Summer 1977.
- BROOKS, M.R. & ROSSON, P. J. A study of export behavior of small and medium-sized manufacturing firms in three Canadian provinces. In: CZINKOTA, M.R. & TESAR, G., ed. *Export management: an international context*. New York, Praeger, 1982.
- CAVUSGIL, S.T. Differences among exporting firms based on their degree of internationalization. Trabalho não publicado, 1983.
- \_\_\_\_\_. On the internationalization process of firms. *European Research*, 8 (6): 273-81, 1980.
- \_\_\_\_\_. Organizational characteristics associated with export activity. *Journal of Management Studies*, 21 (1): 3-22, January 1984.
- \_\_\_\_\_. *Organizational determinants of firm's export behavior: an empirical analysis*. Whitewater, WI, University of Wisconsin, 1976. Tese de doutorado não publicada.
- \_\_\_\_\_. Some observations on the relevance of critical variables for internationalization stages. In: CZINKOTA, M.R. & TESAR, G., ed. *Export management: an international context*. op. cit.
- \_\_\_\_\_. & NEVIN, R. Internal determinants of export marketing behavior: an empirical investigation. *Journal of Marketing Research*, 18 (2): 114-19, February 1981.
- CZINKOTA, M.R. & JOHNSTON, W.J. Exporting: does sales volume make a difference? *Journal of International Business Studies*, 14 (1): 147-53, Spring/Summer 1983.
- \_\_\_\_\_. & \_\_\_\_\_. Segmenting U.S. firms for export development. *Journal of Business Research*, (9): 353-65, 1981.
- COOPER, R.G. & KLEINSCHMIDT, E.J. The impact of export strategy on export sales performance. *Journal of International Business Studies*, 16 (4): 37-55, Spring 1985.
- DENIS, J.E. & DEPELTEAU, D. Market knowledge, diversification and export expansion. *Journal of International Business Studies*, 16 (3): 77-89, Fall 1985.
- DICHTL, E. et alii. The export-decision of small and medium-sized firms: a review. *Management International Review*, 24 (2): 49-60, 1984.
- GARNIER, G. Comparative export behavior of small Canadian firms in the printing and electrical industries. In: CZINKOTA, M.R. & TESAR, G. ed. *Export management: an international context*. op. cit.
- GRUB, P.D. An export decision pattern: a management guide to successfully export entry and expansion. In: *International marketing in perspective*. Finland, Sininenkirga, 1971, pg. 165-99.
- HACKETT, D.W. *A comparison of small export and domestic oriented manufacturer's attitudes regarding the national, international and ideal marketplaces*. Norman, Okl., University of Oklahoma, 1973. Tese de doutorado não publicada.
- JOHANSON, J. & VAHLNE, J. The internationalization process of the firm — a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8 (1): 23-32, Spring/Summer 1977.
- JOHNSTON, W.J. & CZINKOTA, M.R. Managerial motivations as determinants of industrial export behavior. In: CZINKOTA, M.R. & TESAR, G. ed. *Export management: an international context*. op. cit.
- JOYNT, P. An empirical study of Norwegian export behavior. In: CZINKOTA, M.R. & TESAR, G. ed. *Export management: an international context*. op. cit.
- KAYNAK, E. & KOTHARI, V. Export behavior of small and medium-sized manufacturers: some policy guidelines for international marketers. *Management International Review*, 24 (2): 61-9, 1984.
- KAYNAK, E. & STEVENSON, L. Export orientation of Nova Scotia manufacturers. In: CZINKOTA, M.R. & TESAR, G. *Export management: an international context*. op. cit.
- KERBEL, R.; SCHMIDT, A.R.; CHRISTENSEN, C.R. A determinação do exportador potencial. *Revista de Administração Pública*, 20 (2): 90-111, abr./jun. 1986.
- LANGSTON, C. *An analysis of the international orientation of chief executives of exporting and non-exporting manufacturers*. Norman, Okl., University of Oklahoma, 1976. Tese de doutorado não publicada.
- LEE, W. & BRASCH, J.J. The adoption of export as an innovative strategy. *Journal of International Business Studies*, 9 (1): 85-93, Spring/Summer 1978.
- LEIGHTON, D. The internationalization of American business. *Journal of Marketing*, 34 (7): 5-8, July 1970.
- MCGUINNESS, N.W. & LITTLE, B. The influence of product characteristics on the export performance of new industrial products. *Journal of Marketing*, 45 (2): 110-22, Spring 1981.
- MEIRA, R. *Marketing de exportação: a decisão de exportar e*

- a decisão de mercado das empresas brasileiras produtoras de manufaturados. Rio de Janeiro, COPPEAD/UFRJ, 1979. Tese de mestrado não publicada.
- NOAR, J. International orientation of exporters: some North-South trade implications. In: CZINKOTA, M.R., ed. *Export promotion: the public and private sector interaction*. New York, Praeger, 1983.
- NIGEL, P. Company internationalization: active and reactive exporting. *European Journal of Marketing*, 15 (3): 26-40, 1981.
- OGRAM, E.W. Exporters and nonexporters: a profile of small manufacturing firms in Georgia. In: CZINKOTA, M.R. & TESAR, G. ed *Export management: an international context*. op. cit.
- PINNEY, J.K. *The process of commitment to foreign trade*. Bloomington, Ind., Indiana University, 1969. Tese de doutorado não publicada.
- RABINO, S. An examination of barriers to exporting encountered by small manufacturing firms. *Management International Review*, 20 (1): 67-73, 1980.
- REID, S. The impact of size on export behavior in small firms. In: CZINKOTA, M.R. & TESAR, G. *Export management: an international context*, op. cit.
- \_\_\_\_\_. Export research in a crisis. In: CZINKOTA, M.R. ed. *Export promotion: the public and private sector interaction*. op. cit.
- \_\_\_\_\_. Exporting: Does sales volume make a difference? Comment. *Journal of International Business Studies*, 16 (2): 153-55, Summer 1985.
- SCHLEGELMILCH, B. Controlling country-specific and industry specific influences on export behavior. *European Journal of Marketing*, 20 (2): 54-71, 1986.
- SNAVELY, W.P. et alii. *Export survey of the Greater Hartford Area*. Storrs, Connecticut. The University of Connecticut, 1964.
- SOUZA, L.M.; SCHMIDT, A. R.; COLAIACOVO, J.L. Pre-export behavior: an analysis of the variables influencing the decision process. In: CZINKOTA, M.R. ed. *Export promotion: the public and private sector interaction*. op. cit.
- TESAR, G. & TARLETON, J.S. Comparison of Wisconsin and Virginia small and medium-sized exporters: aggressive and passive exporters. In: CZINKOTA, M.R. & TESAR, G. ed. *Export management: an international context*. op. cit.
- \_\_\_\_\_. & \_\_\_\_\_. Stimulation of manufacturing firms to export as part of national export policy. In: CZINKOTA, M.R. ed. *Export promotion: the public and private sector interaction*. op. cit.
- URSIC, M.L. & CZINKOTA, M.R. An experience curve approach to export expansion. In: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON EXPORTING, 2, Rio de Janeiro, 1982. Trabalho não publicado.
- WEINER, P. & KROK, M. *A study of the attempts and results of directly stimulating exporting*. Boston, Mass. Federal Reserve Bank of Boston, March 1967 (Research Report, 38).
- WEINRAUCH, J.D. & RAO, C. P. *The export marketing mix: an examination of company experiences and perceptions*. *Journal of Business Research*, 2: 447-52, Oct. 1974.
- WELCH, L.S. & WIEDERSCHEIM-PAUL, F. Initial exports — a marketing failure? *The Journal of Management Studies*, 14 (3): 333-344, Oct. 1980.
- WIEDERSCHEIM-PAUL, F.; OLSON, H.; WELCH, L. Pre-export activity: the first step in internationalization. *Journal of International Business Studies*, 9 (1): 47-58, Spring/Summer 1978.