

Referências bibliográficas

ABREU, Marcelo P. O desafios das exportações. In: PINHEIRO, Armando C.; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia. *Política Comercial Brasileira: limites e oportunidades*. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

AHMED, Zafar; MOHAMED, Osman; JOHNSON, James P.; et al. Export promotion programs of Malaysian firms: an international marketing perspective. *Journal of Business Research*, Kansas: Elsevier, v. 55, p. 831-843, 2002.

APEX. Referência obtida na Internet. <<http://www.apex.com.br>>
Acesso em jun / 2003.

AULAKH, Preet S.; KOTABE, Masaaki; TEEGEN, Hildy. Export strategies and performance of firms from emerging economies: evidence from Brazil, Chile and Mexico. *Academy of Management Journal*. v. 43, n. 3, p. 342-361, 2000.

AZEVEDO, Guilherme; BERTRAND, Hélène. How to convert a multinational company in a global one?- Developing a Proposal based on the Business Administration Literature. 2001.

BALDAUF, Artur; CRAVENS, David W.; WAGNER, Udo. Examining Determinants of Export Performance in Small Open Economies. *Journal of World Business*, Vienna: v. 35, n. 1, p. 61-79, 2000.

BANCO CENTRAL do BRASIL. Referência obtida na Internet. <<http://www.bacen.gov.br>>. Acesso em Fev / 2003.

BANCO DO BRASIL. Referência obtida na Internet. <<http://www.bb.com.br>>
Acesso em fev / 2003.

BNDES. Referência obtida na Internet. . <<http://www.bndes.gov.br>>
Acesso em Fev / 2003.

BERTRAND, Hélène. "Global Marketing: Are the Individual Needs Satisfied..?!", 1994.

BIJMOLT, Tammo H. A.; ZWART, Peter S.. The impact of internal factors on the export success of Dutch small and medium sized firms. *Journal of Small Business Management*, Milwaukee: v. 32, n. 2, p. 69-80, abril 1994.

BLUMENSCHIN, Fernando; LEON, Fernanda L. O desafio das exportações. In: PINHEIRO, Armando C.; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia. *Uma análise do desempenho e da segmentação do sistema de crédito à exportação no Brasil*. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

BUSSAB, Wilton O.; MORETTIN, Pedro A.. *Estatística Básica*, São Paulo: Atual, 4. ed., 1995.

CAIXETA, Nely. O ouro está lá fora. *Exame*: Abril, n.9, ano 37, p. 38-51, maio 2003.

CATEORA, Philip R.; GRAHAM, John L.. *International Marketing*. 11. ed. New York: Mc Graw Hill, 2002.

CHASTON, Ian; MANGLES, Terry. *Small business marketing management*. New York: Palgrave, 2002.

CHIARA, Alessandra; MINGUZZI, Antonio. Success Factors in SME's Internationalization Processes: An Italian Investigation. *Journal of Small Business Management*: v. 40, n.2, p. 144-153, 2002.

CNI. INTER. Os Problemas da Empresa Exportadora Brasileira. Brasília, 2002.

DEAN, David L.; MENGÜÇ, Bulent; MYERS, Christopher Paul. Revisiting Firm Characteristics, Strategy, and Export Performance Relationship: A Survey of the literature and an Investigation of New Zealand Small Manufacturing Firms. *Industrial Marketing Management*, New Zealand: North-Holland, v. 29, p. 461-477, 2000.

EQUIPE APEX. *A primeira exportação a gente nunca esquece: como as empresas brasileiras estão chegando ao mercado externo: um relato de experiência da APEX*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

FERRAZ, Galeno T.; RIBEIRO, Fernando J.. O desafio das exportações. In: PINHEIRO, Armando C.; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia. *Um levantamento de atividades relacionadas às exportações das empresas brasileiras: resultados de pesquisa de campo com 460 empresas exportadoras*. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

FUNDAÇÃO DE COMÉRCIO EXTERIOR- FUNCEX. Referência obtida na Internet. <<http://www.funcex.com.br>>. Acesso em jun / 2003.

GUIMARÃES, Edson P.. O desafio das exportações. In: PINHEIRO, Armando C.; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia. *Política de exportação brasileira para as pequenas e médias empresas*. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

HOLZMÜLLER, Hartmut H.; STÖTTINGER, Barbara. International marketing managers cultural sensitivity: relevance, training requirements and a pragmatic training concept. *Internacional Business Review*, Vienna: Pergamon, v. 10, p. 597-614, may 2001.

IBGE. Referência obtida na Internet. <<http://www.ibge.gov.br>> . _Acesso em maio / 2003.

IGLESIAS, Roberto M.; VEIGA, Pedro M.. O desafio das exportações. In: PINHEIRO, Armando C.; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia. *Promoção de exportações via internacionalização das firmas de capital brasileiro*. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

JÚNIOR, Fernando C.; BATTAGLIA, Sérgio. O Mercado de Crédito Bancário: Produtos e Números do Setor. *Cadernos Discentes Coppead*, Rio de Janeiro: n. 8, p. 34-70, 2001.

KATSIKEAS, Constantine S.. Advances in international marketing theory and practice. *International Business Review*, Cardiff, UK : Pergamon, v. 12, p. 135-140, 2003.

KATSIKEAS, Constantine S.; LEONIDOU, Leonidas C. MORGAN, Neil A.. Firm-level export performance assessment: Review, evaluation, and development. *Academy of Marketing Science Journal*, Greenvale: v. 28, n. 4, p. 493-511, Fall 2000.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: a edição do novo milênio*. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LEONIDOU, Leonidas C.; KATSIKEAS, Constantine S.; SAMIEE, Saeed. Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis. *Journal of Business Research*, Cyprus: Elsevier, n. 55, p. 51-67, 2002.

LING-YEE, Li; OGUNMOKUM, Gabriel O.. The influence of interfirm relational capabilities on export advantage and performance: an empirical analysis. *International Business Review*, Kowloon, Hong Kong: Pergamon, v. 10, p. 399-420, april 2001.

LING-YEE, Li; OGUNMOKUM, Gabriel O.. Effect of Export Financing Resources and Supply-Chain Skills on Export Competitive Advantages: Implications for Superior Export Performance. *Journal of World Business*, Kowloon, Hong Kong: v. 36, n. 3, p. 260-279, 2002.

MARKWALD, Ricardo; PUGA, Fernando P.. O desafio das exportações. In: PINHEIRO, Armando C.; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia. *Focando a política de promoção de exportações*. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

MATTHEW, Myers B.. The Pricing of Export Products: Why aren't Managers Satisfied with the Results? *Journal of World Business*, Oklahoma: v. 32, n. 3, p. 277-289, 1997.

McCLAVE, James T.; BENSON, George P.; SINCICH, Terry. *Statistics for Business and Economics*. 8. ed.: Prentice Hall, 2001.

MINERVINI, Nicola. *O Exportador*. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2001.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES. Referência obtida na Internet. <<http://www.mre.gov.br>>. Acesso em jun / 2003.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA E DO COMÉRCIO. Referência obtida na Internet. <<http://www.mdic.gov.br>>. Acesso em jun / 2003.

MORAES, Raquel G.; BRANDI, Vinícius R.. Mercado de Crédito Brasileiro: Financiamento à Exportação. *Cadernos Discentes Coppead*, Rio de Janeiro: n. 8, p. 112-149, 2001.

PIERCY, Nigel F.; KALEKA, Anna; KATISKEAS, Constantines S.. Sources of Competitive Advantage in High Performing Exporting Companies. *Journal of World School of Business and Public Management, International Business Review*, New Zeland: v. 9, p. 211-32, 2000.

PIERCY, Nigel F.; KALEKA, Anna; KATISKEAS, Constantines S.. Sources of Competitive Advantage in High Performing Exporting Companies. *Journal of World Business*, Cardiff, UK: v. 33, n. 4, 1998.

PINHEIRO, Armando C.. O desafio das exportações. In: PINHEIRO, Armando C.; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia. *Encarando o desafio das exportações*. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

PORTER, Michael. *A Vantagem Competitiva das Nações*. 10. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

ROBERTSON, Christopher; CHETTY, Sylvie K.. A contingency-based approach to understanding export performance. *International Business Review*, Wellington, New Zealand: Pergamon, v. 9, p. 211-235, 2000.

ROCHA, Angela. *A internacionalização das empresas brasileiras: estudos de gestão internacional*. Rio de Janeiro: Muad, 2002.

ROCHA, Ângela. Economia Empresarial. *Economia e Conjuntura- Análise da Conjuntura Macroeconômica*, Rio de Janeiro, Instituto de Economia UFRJ: COPPEAD, n.36, ano 3, janeiro 2003.

ROCHA, Angela; BLUNDI, Domenica. *Revisitando as Empresas Exportadoras: Uma Análise do Comprometimento das Empresas Brasileiras com o Mercado Externo*. Núcleo de Pesquisa em Internacionalização de Empresas - COPPEAD/ UFRJ, Rio de Janeiro, 2002.

SEBRAE. Referência obtida na Internet. <<http://www.sebrae.com.br>> Acesso em jun / 2003.

SIEGEL, Sidney. *Estatística não- paramétrica para as ciências do comportamento*, São Paulo: Mc Graw Hill, 1975.

THEODOSIOU, Mario; LEONIDOU, LEONIDAS C.. Standardization versus adaptation of international marketing strategy: an integrative assessment of the empirical research. *International Business Review*, Nicosia, Cyprus: Pergamon, v.12, p.141-171, july, 2002.

TIGRE, Paulo B. O desafio das exportações. In: PINHEIRO, Armando C.; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia. *O papel da política tecnológica na promoção das exportações*. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

VANVOLSEM, William. Milagre na Caatinga. *Update*, São Paulo: AMCHAM, n.391, ano XIX, março 2003.

VEIGA, Pedro M.; PUGA, Fernando P.. O desafio das exportações. In: PINHEIRO, Armando C.; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia. *A institucionalidade da política brasileira de comércio exterior*. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

VEIGA, Pedro. O Desafio das Exportações. In: PINHEIRO, Armando C.; MARKWALD, Ricardo; PEREIRA, Lia. *O viés antiexportador: mais além da política comercial*. Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

WOLFF, James A.; PETT, Timothy L. . Internationalization of Small Firms: An Examination of Export Competitive Patterns, Firm Size and Export Performance. *Journal of Small Business Management*, Virginia: n. 2, v. 38, p.34, abril 2000.

ZAGURY, Isac R.. Marketing e exportação. In: NEVES, Marcos F.; SCARE, Roberto F.. *O BNDES e o financiamento às exportações*. São Paulo: Atlas, 2001.

Apêndice I

Questionário



Este questionário objetiva obter informações, sobre o desempenho expotador de empresas brasileiras, para o desenvolvimento da dissertação de mestrado intitulada: **Fatores Determinantes do Desempenho Exportador de Pequenas e Médias Empresas Brasileiras.**

As respostas serão tratadas com o mais absoluto sigilo, ficando restrita à análise no âmbito desta pesquisa.

Parte I: Dados de Caracterização da Empresa

P.1. Nome da empresa:

P.2. Cargo do respondente:

- ☐ analista/assistente
- ☐ supervisor/coordenador
- ☐ gerente/diretor
- ☐ presidente/dono da empresa

P.3. Setor de atividade da empresa:

P.4. N° de funcionários da empresa:

- ☐ 1 a 19
- ☐ 20 a 50
- ☐ 51 a 99
- ☐ 100 a 499
- ☐ mais de 499

P.5. Há uma área/departamento na empresa especializado em exportação?

- ☐ Sim
- ☐ Não.

P.6. Nº de funcionários envolvidos diretamente com a atividade exportadora:

- ☐ 1 a 5
- ☐ 6 a 10
- ☐ 11 a 20
- ☐ 21 a 50
- ☐ mais de 50.

P.7. a) Data de início da atividade exportadora (ano de estréia no mercado internacional):

- ☐ antes de 1990
- ☐ entre 1990 e 1994
- ☐ entre 1994 e 1998
- ☐ entre 1998 e 2000
- ☐ entre 2000 e 2002.

P. 7. b) Qual a frequência da atividade exportadora na sua empresa desde o ano da estréia no mercado internacional até 2002?

- ☐ exportou durante todos os anos (desde o ano da estréia),
- ☐ exportou no ano da estréia e pelo menos mais de 1 veze até 2002
- ☐ só exportou no ano da estréia.

P.8. Principal (is) produto (s) que a empresa exporta:

P.9. Indique o nº de países que sua empresa exporta:

- ☐ 1
- ☐ 2 -3
- ☐ 4-5
- ☐ 6- 10
- ☐ mais de 10.

P.10. Por favor, indique o **percentual** aproximado do faturamento total que advém da atividade exportadora de sua empresa:

1999: ☐ não exportou ☐ 1 a 5% ☐ 6 a 10% ☐ 11 a 30% ☐ 51 a 100%

2000: ☐ não exportou ☐ 1 a 5% ☐ 6 a 10% ☐ 11 a 30% ☐ 51 a 100%

2001: ☐ não exportou ☐ 1 a 5% ☐ 6 a 10% ☐ 11 a 30% ☐ 51 a 100%

P.11. Qual a participação das suas exportações por mercado de destino no último ano que sua empresa exportou? **O TOTAL DEVE SOMAR 100%**

01. MERCOSUL (Argentina / Uruguai / Paraguai)	
02. UNIAO EUROPEIA	
03. ESTADOS UNIDOS	
04. AMÉRICA LATINA	
05. JAPAO	
06. Outros – Especificar:	
	100%

Parte II: Financiamento às Exportações

P.12 Das linhas de financiamento à exportação listadas abaixo, quais sua empresa conhece e quais são ou já foram utilizadas em sua empresa? Assinale também, as linhas de financiamento que sua empresa conhece mas não consegue utilizar.

	Conhece	Utiliza	Conhece, mas não consegue utilizar
(1) ACC	()	()	()
(2) PROEX Equalização	()	()	()
(3) PROEX Financiamento	()	()	()
(4) BNDES-Exim pré-embarque	()	()	()
(5) BNDES Exim pré-embarque especial	()	()	()
(6) BNDES Exim pós-embarque	()	()	()
(7) Pré Pagamento	()	()	()
(8) Seguro de crédito	()	()	()
(9) Fundo de Aval (FGPC)	()	()	()
(99) Nenhuma	()	()	()

P.13. Qual a importância das linhas de financiamento existentes para o desempenho de sua atividade de exportação?

- () Muito importante
- () Importante
- () Indiferente
- () Pouco importante
- () Nada importante

P.14. Quais os principais fatores negativos relacionados ao financiamento às exportações que sua empresa utiliza hoje em dia?

- () Não está utilizando nenhuma linha de financiamento
- () Taxa de Juros elevada
- () Exigências excessivas do Agente Financeiro
- () Burocracia
- () Outros. Especificar----- editar

Parte III: Estratégias para Atingir o Mercado Externo

P.15. Para **distribuição** dos produtos que sua empresa comercializa nos mercados externos são utilizadas...

- ☐ exportações diretas, realizadas pela sua empresa para os distribuidores, atacadistas ou lojistas no exterior.
- ☐ exportações indiretas, realizadas por terceiros, como comerciais exportadoras e trading companies.
- ☐ outros. Especificar-----

P.16 Com relação ao **preço** que sua empresa pratica nas vendas para os mercados externos, você diria que...

- ☐ não sofrem modificações significantes em relação aos preços praticados no mercado interno com exceção da conversibilidade de moeda (variação da taxa de câmbio) e custos relacionados com exportação.
- ☐ são definidos em relação às condições locais (concorrência, comportamento dos consumidores, etc) de cada mercado (país).

P.17. Os produtos que sua empresa comercializa nos mercados externos são **adaptados** (tamanho do produto, cor, embalagem, design, etc) para atender às condições culturais, legais e sócio-econômicas de cada mercado estrangeiro?

- ☐ Sim. Os produtos são adaptados de acordo com as características e necessidades de cada país.
- ☐ Não. Os produtos são exatamente os mesmos daqueles comercializados pela minha empresa no mercado doméstico.

P.18. Qual (is) a forma (s) utilizada (s) pela sua empresa para divulgar os produtos no exterior?

- ☐ participação em feiras internacionais
- ☐ propaganda em TV, jornal e revistas nos países que deseja exportar
- ☐ propagandas em sites da internet
- ☐ boca a boca (através de amigos, parentes no exterior)
- ☐ propaganda no ponto de venda
- ☐ outros. Especificar -----

P.19 Sua empresa já utilizou os serviços de promoção às exportações de alguma instituição?

- ☐ não.
- ☐ Sim, serviços da Apex
- ☐ Sim, serviços de consultoria do Banco do Brasil
- ☐ Sim, serviços do Ministério das Relações Exteriores
- ☐ Sim, consultorias especializadas em comércio exterior
- ☐ Outros. Especificar -----

Parte IV: Fatores Determinantes do Desempenho Exportador

P.20. Qual (is) a (s) vantagem (ns) competitiva (s) de sua empresa em relação aos seus principais concorrentes no mercado externo?

- ☐ preços competitivos
- ☐ qualidade do produto – atende as necessidades de consumidor e o satisfaz
- ☐ marca forte e reconhecida internacionalmente
- ☐ facilidade de distribuição do produto
- ☐ Proximidade geográfica e cultural do mercado importador
- ☐ não possui concorrentes
- ☐ Outros. Especificar-----

P.21. Se você tivesse que atribuir o sucesso da exportação da sua empresa a um único fator, qual desses indicaria:

- ☐ ter tido acesso a **financiamento** para as exportações
- ☐ ter **adaptado o produto** ao gosto, cultura, necessidades e padrões de qualidade de cada país.
- ☐ possuir um **relação próxima e de parceria com o canal distribuidor** do produto no exterior e/ou ter representação própria no exterior

() ter tido **acesso a informações/pesquisas** sobre as necessidades/gostos dos consumidores, concorrência, cultura do país, exigências legais, etc, antes de começar a exportar.

() a forma utilizada para **divulgação do produto** no exterior (feira, evento, internet, TV....)

() **câmbio favorável**

() **participação/acompanhamento** dos gerentes nas negociações comerciais.

() Outros. Especifique -----

Parte V: Barreiras ao Crescimento da Atividade Exportadora

P.22 Por favor, enumere, em ordem decrescente de importância, as principais barreiras para o crescimento da atividade exportadora na sua empresa.

Enumere em ordem decrescente (1 mais importante e 5 menos importante)

Barreiras/Dificuldades	
01. Limitações Financeiras (dificuldade de acesso à financiamento, inflação e taxas de juros incompatíveis com mercado internacional, alto custo de mão-de-obra, altos custos de viagem ao exterior, variações da taxa de câmbio, instabilidade da economia)	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5
02. Restrições políticas e legais (subsídios, barreiras tarifárias e não tarifárias, normas técnicas, etc) e procedimentos burocráticos	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5
03. Falta de informação sobre mercado exportador (cultura/gosto dos consumidores, concorrência, fatores econômicos, legais e políticos)	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5
04. Custos associados às adaptações de produtos e processos para atender peculiaridades de cada mercado.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5
05. Falta de recursos gerenciais e/ou organizacionais para trabalhar com a atividade exportadora e falta de comprometimento/prioridade da empresa com mercado internacional.	() 1 () 2 () 3 () 4 () 5

Parte VI: Grau de Internacionalização

P. 23 . Assinale o(s) tipo(s) de investimento (instalações) que sua empresa possui no exterior.

- ☐ não possui investimentos no exterior – apenas exporta a mercadoria
- ☐ possui escritório (s) comercial (is)
- ☐ escritório/central de atendimento a clientes (pós-venda)
- ☐ possui local para armazenamento da mercadoria
- ☐ possui fábricas/unidades produtoras
- ☐ possui filiais

A sua participação foi muito importante para nossa pesquisa.

Muito obrigada!

Caso tenha interesse em receber uma cópia do resultado desta pesquisa, por favor, envie um e-mail para a autora dessa dissertação:

cristhome@infolink.com.br

Carta de Apresentação – Anexada ao Questionário

Prezados Senhores e Senhoras,

O Departamento de Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – IAG/PUC-Rio – está realizando uma pesquisa com fins puramente acadêmicos intitulada: **Fatores Determinantes do Desempenho Exportador de Micro, Pequenas e Médias Empresas Brasileiras.**

Através do apoio da AMCHAM- SP, Câmara Americana de Comércio de São Paulo, e do Catálogo de Exportadores Brasileiros da CNI, Confederação Nacional das Indústrias, uma amostra de empresas foi selecionada para representar a população de empresas brasileiras exportadoras. Sua empresa foi selecionada para participar deste estudo e viabilizar esta pesquisa, juntamente com outras 200 empresas, independente do setor de atividade e da localização no Brasil.

A pesquisa prevê a coleta de dados referentes às: estratégias de marketing adotadas pelas empresas para atingir o mercado externo, dificuldades ou barreiras encontradas para conseguir exportar e informações sobre acesso à financiamentos especiais para exportação.

Torna-se relevante esclarecer que este estudo tem cunho puramente acadêmico e científico, sendo preservadas a identidade e todas as informações fornecidas pelas empresas participantes da pesquisa. Informamos ainda que teremos o prazer em enviar uma cópia do resultado desta pesquisa às empresas participantes, com intuito de colaborar para a difusão do conhecimento dos fatores determinantes para o sucesso exportador de pequenas e médias empresas brasileiras. Assim sendo, solicitamos, por gentileza, sua colaboração quanto ao preenchimento e retorno do questionário em anexo, o mais breve que for possível.

Observamos que o questionário deve ser preenchido pelo principal diretor/gerente responsável pela exportação ou pelo proprietário da empresa. As instruções para o preenchimento encontram-se no corpo do questionário.

Reiteramos que as repostas serão tratadas conjuntamente e não individualmente, visando dessa forma a confidencialidade das informações prestadas pela empresa.

Aguardando sua colaboração para o sucesso desta pesquisa, agradecemos antecipadamente por toda a atenção dispensada.

Atenciosamente,

Marcelo Cabus Klotzle, Ph.D

Professor e Coordenador-Adjunto da Graduação do IAG/PUC-Rio.

E-mail para contato: klotzle@iag.puc-rio.br

Telefone para contato: (21) 3114-1415/ (21) 3114-1416

Cristiane Caires Thomé

Mestranda em Administração de Empresas

IAG/PUC-Rio

E-mail para contato: cristhome@infolink.com.br

Telefone para contato: (21) 2208-4253

Texto do corpo do e-mail enviado às empresas

Prezado Senhor,

O Departamento de Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – IAG/PUC-Rio – está realizando uma pesquisa com fins puramente acadêmicos intitulada: **Fatores Determinantes do Desempenho Exportador de Pequenas e Médias Empresas Brasileiras.**

Para realização desta pesquisa, contamos com apoio da AMCHAM- SP, Câmara Americana de Comércio e com o “Catálogo de Exportadores Brasileiros” da CNI, Confederação Nacional das Indústrias. Sua empresa faz parte da amostra selecionada para participar deste estudo, juntamente com outras 200 empresas, independente do setor de atividade e da localização no Brasil.

Solicitamos, por gentileza, a colaboração do principal gerente/diretor responsável pela exportação ou presidente/dono da empresa para responder ao questionário, elaborado de forma simples e didática para facilitar o rápido preenchimento. Teremos o prazer de enviar uma cópia do resultado deste trabalho às empresas participantes desta pesquisa.

Reiteramos, que este estudo tem cunho puramente acadêmico e científico, sendo preservadas a identidade e todas as informações fornecidas pelas empresas que colaborarem com a pesquisa.

Aguardando sua colaboração para o sucesso desta pesquisa, agradecemos antecipadamente por toda a atenção dispensada.

Clique aqui (link para página do questionário na Internet) para responder ao questionário, contribuindo para realização desta pesquisa.

Atenciosamente,

Marcelo Cabus Klotzle, Ph.D

Professor e Coordenador-Adjunto da Graduação do IAG/PUC-Rio.

Telefone para contato: (21) 3114-1415/ (21) 3114-1416

E-mail: klotzle@iag.puc-rio.br

Cristiane Caires Thomé

Mestranda em Administração de Empresas

IAG/PUC-Rio

E-mail para contato: crissthme@infolink.com.br

Telefone para contato: (21) 2208-4253

Apêndice II

Testes Estatísticos – Fatores não significativos para o Desempenho Exportador

Teste da hipótese 6: Teste T de amostras independentes – diferença de médias

Apesar da diferença absoluta entre os percentuais exportados para Mercosul e América Latina, entre as empresas que adaptam e empresas que não adaptam, vale aplicar o teste de diferença de médias para identificar se essa diferença é estatisticamente significativa.

Group Statistics

	IND_ADAP	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Não adapta	0	21,0	44,6	37,8	8,2
Sim adapta	1	81,0	33,6	39,4	4,4

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Equal variances assumed	0,004	0,953	1,149	100,000	0,253	11,004	9,577	-7,996	30,004
Equal variances not assumed			1,178	32,247	0,247	11,004	9,337	-8,010	30,017

O resultado do teste estatístico T de amostras independentes falhou em rejeitar H0, ao nível de significância de 5%, ou seja, não há diferença significativa entre o volume de exportações destinado aos países próximos cultural e geograficamente das empresas que não adaptam produtos em relação àquelas que adaptam seus produtos.

Testes Estatísticos Qui-Quadrado — Fatores não significativos para o Desempenho Exportador

1) Porte da empresa

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
NUMERO * INDICADO	80	100.0%	0	.0%	80	100.0%

NUMERO * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
NUMERO	1 a 19	Count	8	6	14
		% within INDICADO	15,7%	20,7%	17,5%
	100 a 499	Count	23	11	34
		% within INDICADO	45,1%	37,9%	42,5%
	20 a 50	Count	10	5	15
		% within INDICADO	19,6%	17,2%	18,8%
	51 a 99	Count	10	7	17
		% within INDICADO	19,6%	24,1%	21,3%
Total	Count	51	29	80	
	% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,722 ^a	3	,868
Likelihood Ratio	,717	3	,869
N of Valid Cases	80		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,08.

2) Participação dos funcionários envolvidos com a atividade exportadora sobre total dos funcionários

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PART_FUN * INDICADO	76	95,0%	4	5,0%	80	100,0%

PART_FUN * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
PART_FUN	1,00	Count	19	11	30
		% within INDICADO	40,4%	37,9%	39,5%
	2,70	Count	1		1
		% within INDICADO	2,1%		1,3%
	4,00	Count	8	7	15
		% within INDICADO	17,0%	24,1%	19,7%
	8,60	Count	4	4	8
		% within INDICADO	8,5%	13,8%	10,5%
	10,70	Count	1		1
		% within INDICADO	2,1%		1,3%
	12,00	Count	2		2
		% within INDICADO	4,3%		2,6%
	16,70	Count	1		1
		% within INDICADO	2,1%		1,3%
	22,90	Count	3		3
		% within INDICADO	6,4%		3,9%
	30,00	Count	5	6	11
		% within INDICADO	10,6%	20,7%	14,5%
	45,70	Count		1	1
		% within INDICADO		3,4%	1,3%
	66,70	Count	1		1
		% within INDICADO	2,1%		1,3%
	80,00	Count	2		2
		% within INDICADO	4,3%		2,6%
Total		Count	47	29	76
		% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,624 ^a	11	,475
Likelihood Ratio	14,649	11	,199
N of Valid Cases	76		

a. 19 cells (79,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,38.

3) Utilização do Proex-Equalização

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P14_2_U * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P14_2_U * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P14_2_U	Count	49	29	78
	% within INDICADO	96,1%	100,0%	97,5%
Utiliza	Count	2		2
	% within INDICADO	3,9%		2,5%
Total	Count	51	29	80
	% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,166 ^b	1	,280		
Continuity Correction ^a	,112	1	,737		
Likelihood Ratio	1,830	1	,176		
Fisher's Exact Test				,532	,403
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,73.

4) Utilização do Proex-Financiamento

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P14_3_U * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P14_3_U * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P14_3_U	Count	43	26	69
	% within INDICADO	84,3%	89,7%	86,3%
Utiliza	Count	8	3	11
	% within INDICADO	15,7%	10,3%	13,8%
Total	Count	51	29	80
	% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,445 ^b	1	,505		
Continuity Correction ^a	,108	1	,742		
Likelihood Ratio	,461	1	,497		
Fisher's Exact Test				,738	,380
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,99.

5) Utilização do BNDES-exim Pré-Embarque

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P14_4_U * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P14_4_U * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P14_4_U	Count	44	28	72
	% within INDICADO	86,3%	96,6%	90,0%
Utiliza	Count	7	1	8
	% within INDICADO	13,7%	3,4%	10,0%
Total	Count	51	29	80
	% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,170 ^b	1	,141		
Continuity Correction ^a	1,178	1	,278		
Likelihood Ratio	2,519	1	,112		
Fisher's Exact Test				,247	,138
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,90.

6) Utilização do BNDEs-exim Pré-Embarque Especial

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P14_5_U * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P14_5_U * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P14_5_U	Count	47	28	75
	% within INDICADO	92,2%	96,6%	93,8%
Utiliza	Count	4	1	5
	% within INDICADO	7,8%	3,4%	6,3%
Total	Count	51	29	80
	% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,609 ^b	1	,435		
Continuity Correction ^a	,090	1	,764		
Likelihood Ratio	,665	1	,415		
Fisher's Exact Test				,648	,399
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,81.

7) Utilização do BNDES-exim Pós-Embarque

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P14_6_U * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P14_6_U * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P14_6_U	Count	47	29	76
	% within INDICADO	92,2%	100,0%	95,0%
Utiliza	Count	4		4
	% within INDICADO	7,8%		5,0%
Total	Count	51	29	80
	% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,394 ^b	1	,122		
Continuity Correction ^a	1,028	1	,311		
Likelihood Ratio	3,720	1	,054		
Fisher's Exact Test				,291	,158
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,45.

1) Utilização do Pré-Pagamento

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P14_7_U * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P14_7_U * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P14_7_U	Count	41	26	67
	% within INDICADO	80,4%	89,7%	83,8%
Utiliza	Count	10	3	13
	% within INDICADO	19,6%	10,3%	16,3%
Total	Count	51	29	80
	% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,166 ^b	1	,280		
Continuity Correction ^a	,584	1	,445		
Likelihood Ratio	1,235	1	,266		
Fisher's Exact Test				,356	,226
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,71.

9) Utilização do Seguro de Crédito

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P14_8_U * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P14_8_U * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P14_8_U	Count	48	27	75
	% within INDICADO	94,1%	93,1%	93,8%
Utiliza	Count	3	2	5
	% within INDICADO	5,9%	6,9%	6,3%
Total	Count	51	29	80
	% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,032 ^b	1	,857		
Continuity Correction ^a	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,032	1	,858		
Fisher's Exact Test				1,000	,601
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,81.

2) Utilização do Fundo de Aval (FGPC)

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P14_9_U * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P14_9_U * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P14_9_U	Count	50	29	79
	% within INDICADO	98,0%	100,0%	98,8%
Utiliza	Count	1		1
	% within INDICADO	2,0%		1,3%
Total	Count	51	29	80
	% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,576 ^b	1	,448		
Continuity Correction ^a	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,908	1	,341		
Fisher's Exact Test				1,000	,637
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,36.

11) Teste da hipótese 3 - utilização de algum tipo de financiamento

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
UTLIZA * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

UTLIZA * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
UTLIZA	,00	Count	15	14	29
		% within INDICADO	29,4%	48,3%	36,3%
	1,00	Count	36	15	51
		% within INDICADO	70,6%	51,7%	63,8%
Total		Count	51	29	80
		% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,847 ^b	1	,092		
Continuity Correction ^a	2,089	1	,148		
Likelihood Ratio	2,815	1	,093		
Fisher's Exact Test				,146	,075
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,51.

O resultado do teste estatístico falhou em rejeitar H0, ao nível de significância de 5%.

12) Teste da hipótese 4 - distribuição do produto no exterior

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P18 * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P18 * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
P18	Ambas	Count		1	1
		% within INDICADO		3,4%	1,3%
	Criação de estruturas nos mercados alv	Count	1		1
		% within INDICADO	2,0%		1,3%
	MODALIDADES DIV.DDP/DDU	Count	1		1
		% within INDICADO	2,0%		1,3%
	Somos agente de importadores	Count	1		1
		% within INDICADO	2,0%		1,3%
	São das duas formas.	Count		1	1
		% within INDICADO		3,4%	1,3%
	exportações diretas	Count	44	22	66
		% within INDICADO	86,3%	75,9%	82,5%
	exportações indiretas	Count	4	4	8
		% within INDICADO	7,8%	13,8%	10,0%
	utilizamos as duas formas apresentadas	Count		1	1
		% within INDICADO		3,4%	1,3%
Total		Count	51	29	80
		% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,879 ^a	7	,343
Likelihood Ratio	9,665	7	,208
N of Valid Cases	80		

a. 13 cells (81,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,36.

O resultado do teste estatístico falhou em rejeitar H0, ao nível de significância de 5%.

13) Teste da hipótese 5 - preço praticado no mercado internacional

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P19 * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P19 * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
P19	não sofrem modificações significantes em relação aos preços praticados no mercado interno a não ser pela simples conversibilidade da moeda (variação da taxa de câmbio) e custos relaiconados com exportação	Count % within INDICADO	20 39,2%	6 20,7%	26 32,5%
	são definidos em relação às condições locais (concorrência, comprotamento dos consumidores, etc) de cada mercado (país)	Count % within INDICADO	31 60,8%	23 79,3%	54 67,5%
Total			51 100,0%	29 100,0%	80 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,892 ^b	1	,089		
Continuity Correction ^a	2,110	1	,146		
Likelihood Ratio	3,014	1	,083		
Fisher's Exact Test				,136	,071
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,43.

O resultado do teste estatístico falhou em rejeitar H0, ao nível de significância de 5%.

14) Adaptação do produto ao gosto e cultura de cada mercado

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P20 * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P20 * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
P20	Não. Os produtos vendidos no exterior são exatamente os mesmos daqueles comercializados pela minha empresa no mercado doméstico a não ser pela simples tradução de idioma na embalagem	Count % within INDICADO	11 21,6%	7 24,1%	18 22,5%
	Sim, minha empresa costuma adaptar os produtos de acordo com as características e necessidades de cada país	Count % within INDICADO	40 78,4%	22 75,9%	62 77,5%
Total			51 100,0%	29 100,0%	80 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,070 ^b	1	,791		
Continuity Correction ^a	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,070	1	,792		
Fisher's Exact Test				,788	,500
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,53.

15) Divulgação do produto através de feiras internacionais

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P 21 1 * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P_21_1 * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P_21_1 -	Count	16	15	31
	% within INDICADO	31,4%	51,7%	38,8%
participação em feiras internacionais	Count	35	14	49
	% within INDICADO	68,6%	48,3%	61,3%
Total		51	29	80
		100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,226 ^b	1	,072		
Continuity Correction ^a	2,426	1	,119		
Likelihood Ratio	3,202	1	,074		
Fisher's Exact Test				,096	,060
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,24.

16) Divulgação do produto através de propaganda em Tv, jornal e revistas

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P_21_2 * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P_21_2 * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P_21_2 -	Count	40	27	67
	% within INDICADO	78,4%	93,1%	83,8%
propaganda em TV, jornal e revistas nos países que deseja exportar	Count	11	2	13
	% within INDICADO	21,6%	6,9%	16,3%
Total		51	29	80
		100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,924 ^b	1	,087		
Continuity Correction ^a	1,946	1	,163		
Likelihood Ratio	3,269	1	,071		
Fisher's Exact Test				,119	,077
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,71.

17) Divulgação do produto na internet

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P_21_3 * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P_21_3 * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P_21_3 - propagandas em sites da internet	Count	37	22	59
	% within INDICADO	72,5%	75,9%	73,8%
	Count	14	7	21
	% within INDICADO	27,5%	24,1%	26,3%
Total		51	29	80
		100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,105 ^b	1	,746		
Continuity Correction ^a	,004	1	,953		
Likelihood Ratio	,106	1	,745		
Fisher's Exact Test				,798	,481
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,61.

18) Divulgação do produto através do "boca a boca"

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P_21_4 * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P_21_4 * INDICADO Crosstabulation

		INDICADO		Total
		alta performance	baixa performance	
P_21_4 -	Count	41	24	65
	% within INDICADO	80,4%	82,8%	81,3%
boca a boca (através de amigos, parentes no exterior)	Count	10	5	15
	% within INDICADO	19,6%	17,2%	18,8%
Total		51	29	80
		100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,068 ^b	1	,794		
Continuity Correction ^a	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,069	1	,793		
Fisher's Exact Test				1,000	,522
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,44.

19) Divulgação do produto através de amigos e parentes no exterior**Crosstabs****Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P_21_5 * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P_21_5 * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
P_21_5	-	Count	43	27	70
		% within INDICADO	84,3%	93,1%	87,5%
	propaganda no ponto de venda	Count	8	2	10
		% within INDICADO	15,7%	6,9%	12,5%
Total		Count	51	29	80
		% within INDICADO	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,306 ^b	1	,253		
Continuity Correction ^a	,626	1	,429		
Likelihood Ratio	1,416	1	,234		
Fisher's Exact Test				,314	,218
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,63.

20) Teste da hipótese 7 - utilização de instituições de promoção das exportações

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P_19_EXT * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P_19_EXT * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
P_19_EXT	Fiesp e Associação Comercial de São Paulo	Count % within INDICADO		1 3,4%	1 1,3%
	Jetro, Abirochas	Count % within INDICADO	1 2,0%		1 1,3%
	SEBRAE	Count % within INDICADO	1 2,0%	1 3,4%	2 2,5%
	Sebrae-SP e MRE	Count % within INDICADO		1 3,4%	1 1,3%
	Sim, consultorias especializadas em	Count % within INDICADO	2 3,9%	2 6,9%	4 5,0%
	Sim, serviços da Apex	Count % within INDICADO	11 21,6%	6 20,7%	17 21,3%
	Sim, serviços de consultoria do Banco do	Count % within INDICADO	2 3,9%	1 3,4%	3 3,8%
	Sim, serviços do Ministério das Relações	Count % within INDICADO	6 11,8%		6 7,5%
	não	Count % within INDICADO	28 54,9%	17 58,6%	45 56,3%
	Total	Count % within INDICADO	51 100,0%	29 100,0%	80 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,052 ^a	8	,428
Likelihood Ratio	10,897	8	,208
N of Valid Cases	80		

a. 14 cells (77,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,36.

O resultado do teste estatístico falhou em rejeitar H₀, ao nível de significância de 5%.

21) Utilização da Apex

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
APEX * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

APEX * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
APEX	,00	Count	38	21	59
		% within INDICADO	74,5%	72,4%	73,8%
	2,00	Count	13	8	21
		% within INDICADO	25,5%	27,6%	26,3%
Total		Count	51	29	80
		% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,042 ^b	1	,838		
Continuity Correction ^a	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,042	1	,838		
Fisher's Exact Test				1,000	,519
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,61.

22) MRE e Consultorias Especializadas

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
MRE_CONS * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

MRE_CONS * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
MRE_CONS	,00	Count	44	27	71
		% within INDICADO	86,3%	93,1%	88,8%
	3,00	Count	7	2	9
		% within INDICADO	13,7%	6,9%	11,3%
Total		Count	51	29	80
		% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,864 ^b	1	,353		
Continuity Correction ^a	,315	1	,575		
Likelihood Ratio	,924	1	,337		
Fisher's Exact Test				,476	,295
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,26.

23) percepção de vantagens competitivas**Crosstabs****Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
P22 * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

P22 * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
P22	95% do nosso produtos são comodities e o resto é preço ou demanda excess	Count % within INDICADO		1 3,4%	1 1,3%
	Certificação Florestal - FSC	Count % within INDICADO	1 2,0%		1 1,3%
	PROXIMIDADE AO MERCADO	Count % within INDICADO	1 2,0%		1 1,3%
	Proximidade geográfica e cultural do mercado	Count % within INDICADO	3 5,9%	2 6,9%	5 6,3%
	Ter produtos 100% algodão.	Count % within INDICADO		1 3,4%	1 1,3%
	design	Count % within INDICADO		1 3,4%	1 1,3%
	facilidade de distribuição do produto	Count % within INDICADO	1 2,0%	1 3,4%	2 2,5%
	marca forte e reconhecida	Count % within INDICADO	1 2,0%		1 1,3%
	não possui concorrentes	Count % within INDICADO		1 3,4%	1 1,3%
	preço competitivo, qualidade	Count % within INDICADO	1 2,0%		1 1,3%
	preços competitivos	Count % within INDICADO	10 19,6%	9 31,0%	19 23,8%
	preços e qualidade	Count % within INDICADO		1 3,4%	1 1,3%
	qualidade do produto - atende as necessidades	Count % within INDICADO	33 64,7%	12 41,4%	45 56,3%
	Total	Count % within INDICADO	51 100,0%	29 100,0%	80 100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,066 ^a	12	,296
Likelihood Ratio	16,793	12	,158
N of Valid Cases	80		

a. 22 cells (84,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,36.

24) percepção da vantagem competitiva de preço

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PREÇO * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

PREÇO * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
PREÇO	,00	Count	41	20	61
		% within INDICADO	80,4%	69,0%	76,3%
2,00		Count	10	9	19
		% within INDICADO	19,6%	31,0%	23,8%
Total		Count	51	29	80
		% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,333 ^b	1	,248		
Continuity Correction ^a	,777	1	,378		
Likelihood Ratio	1,304	1	,254		
Fisher's Exact Test				,282	,188
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,89.

25) percepção do fator de sucesso: possuir relação próxima/parceria com distribuidor

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PARCERIA * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

PARCERIA * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
PARCERIA	,00	Count	31	21	52
		% within INDICADO	60,8%	72,4%	65,0%
	2,00	Count	20	8	28
		% within INDICADO	39,2%	27,6%	35,0%
Total		Count	51	29	80
		% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,099 ^b	1	,294		
Continuity Correction ^a	,647	1	,421		
Likelihood Ratio	1,120	1	,290		
Fisher's Exact Test				,338	,211
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,15.

26) percepção do fator de sucesso: adaptação do produto

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ADAPTA * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

ADAPTA * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
ADAPTA	,00	Count	38	26	64
		% within INDICADO	74,5%	89,7%	80,0%
	1,00	Count	13	3	16
		% within INDICADO	25,5%	10,3%	20,0%
Total		Count	51	29	80
		% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,650 ^b	1	,104		
Continuity Correction ^a	1,788	1	,181		
Likelihood Ratio	2,873	1	,090		
Fisher's Exact Test				,148	,088
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,80.

27) possuir investimento no exterior

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
IND_INV * INDICADO	80	100,0%	0	,0%	80	100,0%

IND_INV * INDICADO Crosstabulation

			INDICADO		Total
			alta performance	baixa performance	
IND_INV	,00	Count	37	25	62
		% within INDICADO	72,5%	86,2%	77,5%
	1,00	Count	14	4	18
		% within INDICADO	27,5%	13,8%	22,5%
Total		Count	51	29	80
		% within INDICADO	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,978 ^b	1	,160		
Continuity Correction ^a	1,272	1	,259		
Likelihood Ratio	2,093	1	,148		
Fisher's Exact Test				,265	,129
N of Valid Cases	80				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,53.

Apêndice III

Depoimentos espontâneos das empresas que responderam o questionário e solicitaram a cópia do resulta desta pesquisa.

“Minha empresa acredita que esta pesquisa será muito importante para nós. Por favor nos envie o resultado da pesquisa”.

“Atendendo vossa cordial solicitação, acabo de responder minuciosamente, o questionário em questão. Escrevo-lhes este e-mail, porque tenho muito interesse em receber uma cópia do resultado desta pesquisa”.

“E um enorme prazer poder contribuir com V. Sas. nessa pesquisa que reputamos de enorme importância para nosso setor exportador. Apresentamos nossa qualificação para receber, se possível, o resultado dessa pesquisa e também nos colocamos ao seu inteiro dispor para eventuais esclarecimentos e colaborações necessárias para se trabalho.”

“Acabei de responder ao Vosso questionário. Gostaria de conhecer os resultados dessa pesquisa, uma vez que tenho interesse em divulgá-la aos meus alunos nas disciplinas de Comercio Exterior, Marketing Internacional e Economia Internacional em duas instituições de ensino superior que leciono aqui em Franca. Tenho a titulação de mestre em Administração (gestão empresarial), e parabenido a colega pelo esforço em desenvolver Vossa dissertação.”

“Tivemos o prazer de participar de sua pesquisa e a Wetzel tem interesse em receber uma cópia do resultado desta pesquisa”

“Atendendo vossa cordial solicitação, acabo de responder minuciosamente, o questionário em questão. Escrevo-lhes este e-mail, porque tenho muito interesse em receber uma cópia do resultado desta pesquisa.”

“Respondi seu questionário sobre a pesquisa e achei muito interessante a elaboração do mesmo. Estamos escrevendo um livro sobre como ajudar o pequeno exportador a ingressar no mercado externo, peço sua autorização para utilizar este questionário no livro.”

“Também gostaria de solicitar cópia de seu estudo, pois achei muito interessante”

“O questionário já foi devidamente respondido. São excelentes perguntas e espero sinceramente que possam ser analisadas com seriedade e ter um retorno”.

Apêndice IV

Case de Sucesso: INDÚSTRIA DE MADEIRAS GUILHERME BUTZKE LTDA.

Relato do gerente da empresa Michel Otte – Julho/2003

A Indústria de Madeiras Guilherme Butke foi uma das empresas classificadas neste estudo como “alta performance”. A empresa possui em torno de 300 funcionários, exporta móveis de jardim para mais de 10 países e concentra suas exportações na Europa. Estreou no mercado internacional em 1985 e desde então exporta ininterruptamente. Desde 1996, a receita com as exportações é maior do que a receita com as vendas no mercado nacional.

A empresa já conseguiu utilizar vários tipos de programas de financiamento e diz que o maior benefício dos financiamentos para exportação são as taxas de juros relativamente menores. Mas, apesar disso declarou que as limitações financeiras são a principal barreira para o crescimento das exportações: “O acesso as linhas de crédito é bastante difícil. Nós, por exemplo, trilhamos um longo caminho (e continuamos a trilhar) até podermos ter o atendimento compatível às nossas necessidades. Entre as grandes dificuldades estão a necessidade de garantias reais, linhas insuficientes de crédito à demanda existente, necessidade de histórico na exportação”.

A empresa exporta seus produtos diretamente e os preços são os mesmos dos praticados no mercado internacional, variando apenas de acordo com a quantidade da mercadoria.

Os produtos são adaptados ao gosto e necessidades de cada mercado: “o exemplo clássico, no móvel de jardim, é o caso americano. Eles têm um modelo de móvel que é quase exclusivo. É um design bastante particular que é quase obrigatório em qualquer jardim americano”.

Entre os quatro fatores determinantes do sucesso exportador, a empresa possui todos os quatro: entrou no mercado internacional antes de 1990, possui um departamento exclusivo para a atividade exportadora, utiliza o programa de financiamento ACC e declarou que a qualidade é sua vantagem competitiva.

O segredo de todo esse sucesso é: “a customização dos produtos para os clientes, um contato após a venda que resulta na constante melhoria do produto e

de toda dinâmica do processo e o fato de termos o que nossos clientes anseiam: o certificado de qualidade dos nossos produtos”

Entre as vantagens de atuar no mercado internacional, Michel destaca: “A empresa volta-se para uma visão mais profissional e estratégica do negócio. “As portas se abrem”.

As principais dificuldades da empresa nos primeiros anos de exportação foram: “Adequar-se à mentalidade” do mercado global. É uma mudança profunda de conceitos e atitudes. A empresa deve mudar! E mudar sempre! As empresas inseridas no mercado doméstico muitas vezes acomodam-se. Na exportação a empresa precisa ser altamente competitiva porque concorre com o mundo. A empresa precisa ser flexível para estar sempre seguindo as novas tendências”.

Michel dá ainda alguns conselhos para as empresas que estão iniciando no mercado internacional: “inovar, mudar e, acima de tudo, persistir”.