



Empresas goianas que exportaram continuamente entre 2016 e 2020: grau de internacionalização e características

Andréa Freire de Lucena

Professora Associada da Universidade Federal de Goiás (FACE/UFMG)

E-mail: andrealucena@ufg.br

Ariane Matias Correia

Discente do curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Goiás (UFG)

E-mail: arianematias@discente.ufg.br

Paulo Zhara Mascarenhas Florentino

Discente do curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Goiás (UFG)

E-mail: paulozhara@discente.ufg.br

Resumo: O artigo objetiva calcular o grau de internacionalização das empresas goianas que exportaram, continuamente, entre 2016 e 2020 e identificar o estágio de inserção das mesmas. O método de pesquisa utilizado, neste estudo, foi o estatístico, com o uso do Índice de Transnacionalidade da United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) e com análises das frequências das respostas, de 24 empresas, a um questionário sobre atividade exportadora. Para compor o corpus do artigo, selecionou-se quatro rankings de internacionalização de empresas: grau de internacionalização, número de países de destino, frequência anual das exportações e porcentagem da exportação em relação à produção total. Ao término das análises, percebeu-se confluência nos estágios de inserção no mercado exterior, centrados nas etapas iniciais, e o baixo grau de internacionalização (de 0,04 a 0,333) das empresas analisadas.

Palavras-chaves: Internacionalização, empresas, Goiás.

Abstract: The article aims to calculate the degree of internationalization of companies from Goiás that continuously exported between 2016 and 2020, understanding their stages of insertions. The research method was statistical, using the UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) Transnationality Index and analyzing the frequency of responses from 24 companies to a questionnaire on export activity. The article selected four company internationalization rankings: degree of internationalization, number of destination countries, annual frequency of exports and percentage of exports in relation to total production. It was noticed a confluence in the stages of insertion in the foreign market, centered on the initial stages, and the low degree of internationalization (from 0.04 to 0.333) of the analyzed companies.

Keywords: Internationalization, companies, Goiás.

JEL Code: F23; M16

1. INTRODUÇÃO

A internacionalização procura descrever o comportamento de grupos ou empresas que iniciam operações em outros países que não são o seu de origem. Tal conceito, analisado de maneira mais ampla, procura descrever o processo de envolvimento com operações internacionais. Com a utilização de um conceito mais amplo, é permitido que a dinâmica do comércio exterior esteja mais conectada com os lados internos e externos de cada país (LUOSTARINEN; WELCH, 1988).

Uma vez internacionalizada, uma empresa não permanece na exigência de manter tal envolvimento com operações internacionais, visto que há evidências de que as empresas podem passar por processos de des-internacionalização em qualquer etapa do processo de internacionalização (BODDEWYNN, 1979). Muitas empresas enxergam a internacionalização como uma estratégia que permite garantir uma maior vantagem competitiva no setor econômico em que atua (LUCENA; CARVALHO, 2018), já que um dos motivos para a busca da internacionalização se deve a burocracias e obstáculos do mercado interno (HYMER; 1976). Empresas internacionalizadas têm surgido no mundo todo e em números consideráveis e tendem a ser mais dinâmicas e terem seus crescimentos mais acelerados em relação a empresas estritamente nacionais (FILLIS, 2007).

Algumas teorias lançam bases para o melhor entendimento, assim como compreensão, dos fatores motivadores que influenciam a internacionalização sobre diferentes perspectivas. De maneira geral, tais teorias se classificam em abordagens econômicas, como a Nova Economia Institucional (NEI) e o Paradigma Eclético, e abordagens comportamentais, como o Modelo de Uppsala, a Teoria das Redes e o Empreendedorismo Internacional.

A Nova Economia Institucional tem uma concepção mais crítica em relação ao entendimento e aperfeiçoamento do processo de negociação e apresenta a firma não apenas como um agente de transformação dos insumos, mas também como organizadora dos custos de transação que envolvem custos de coleta informacional, de negociação e estabelecimento contratual. A fonte principal do problema é a racionalidade limitada do agente e o oportunismo que, ao não possuir informações tanto na negociação como no processo produtivo, leva à assimetria informacional, em outras palavras, ao risco moral. Todavia, os custos de transações¹ podem ser minimizados com a frequência das operações, com a diminuição de incerteza mediante a realização de seguros ou pelas relações de confiança e especificidade de ativos com a celebração de contrato entre as partes (SILVA *et al.*, 2018).

O Paradigma Eclético foi desenvolvido por John H. Dunning em diversos trabalhos, desde a década de 1950, e destaca o processo de internacionalização das empresas a partir das dispersões geográficas e seus motivadores. Dalmoro (2009) enfatiza dois aspectos da teoria do paradigma eclético: o custo de transação e internalização² e parte dos princípios da economia industrial para explicar a decisão de produção ou não no

¹ O custo de transação engloba os dispêndios com obtenção de informações, no processo de negociação e de estabelecimento de contratos (SILVA *et al.*, 2018).

² O custo de internalização analisa, por meio do aproveitamento dos mercados imperfeitos, quando comparado ao custo de transação que ela estará exposta, se a entrada da empresa em uma nova localidade apresentará melhores ganhos em lucratividades (VIEIRA, 2018).

mercado externo. Carneiro e Dib (2007) ressaltam o poder de mercado, no lugar dos custos de transação, que juntamente com a internalização se utilizam de falhas e imperfeições da organização produtiva, a fim de maximizar lucros com o aproveitamento das “janelas de oportunidade”.

O Paradigma Eclético, que apresenta como centralidade os motivadores no alcance do mercado exterior, resultou em um dos modelos teóricos mais conhecidos em negócios internacionais, devido a três tipos de vantagens: de propriedade, locacionais e de internalização³.

O Modelo de Uppsala foi desenvolvido, a partir de 1970, por meio de diversos trabalhos realizados na Universidade de Uppsala, futura Escola Nórdica de Negócios Internacionais, que buscavam compreender pontos importantes de como as empresas suecas internacionalizavam seus negócios (HILAL; HEMAIS, 2003). O modelo defende uma visão gradual da expansão internacional que começa em locais de menor “distância psíquica”⁴ e surge, naturalmente, conforme o resultado de um conjunto de decisões tomadas pela firma, mas que sofre entrave em decorrência da falta de conhecimento e de recursos (LUCENA; SILVA, 2018).

Tal modelo segue uma sequência, com passos incrementais, para minimizar riscos. A cadeia de estabelecimento começa por exportações irregulares, posteriormente, as exportações são realizadas por meio de representantes, instalação de uma filial de venda e, por fim, ocorre a abertura de uma filial de produção/manufatura. Mesmo apresentando aspectos internos e externos combinados com os conhecimentos dos tomadores de decisão, seja ele tácito ou objetivo, as críticas ao modelo se centram na parcimônia das ações das empresas (o grau de comprometimento da firma com as atividades exteriores apenas progride ao passo que tem maior fluxo informacional e financeiro) e ao foco dado no conhecimento tácito (adquiridos no processo de exportação) em detrimento ao objetivo (aprendidos fora do processo) (LUCENA; SILVA, 2018).

A Teoria das Redes (*Network Theory*), também desenvolvida na Universidade de Uppsala, teve como embasamento o contínuo processo de especialização das organizações e da abertura comercial com as empresas interdependentes, as quais requerem cooperação de outras empresas para formar uma rede. Como as organizações não são autossuficientes e precisam de recursos de outras localidades, há, então, uma interdependência dos demandantes desses fatores. No caso dos fatores serem escassos, aumenta-se a questão da interdependência, dado que se forma um elo de diferentes organizações. Lucena, Dias e Santos (2018) destacam que a internacionalização varia conforme a demanda da sua rede de relacionamento, pois redes mais ligadas ao setor externo incentivam seus integrantes ao ingresso no âmbito mundial.

³ As vantagens de propriedade (tecnologia e conhecimentos embutidos nos produtos e serviços que provoca diferenciação), locacionais (estudo das estratégias de melhor investimento com base nos recursos naturais e humanos, *know-how* tecnológico, infraestrutura, instituições, tamanho de mercado, estabilidade política e econômica, regime cambial e políticas de incentivos fiscais) e de internalização (capacidade da empresa em transferir sua vantagem de propriedade para além de sua fronteira) (VIEIRA, 2018).

⁴ Compreende as diferenças culturais, linguísticas, legais, comerciais e dentre outros aspectos que podem configurar barreiras na interação internacional (LUCENA; SILVA, 2018).

O Empreendedorismo Internacional surge no final da década de 1980 para avaliar como os fatores estruturais, econômicos, individuais e materiais influenciam no processo internacional. Essa teoria se torna uma ferramenta explicativa para a compreensão dos perfis dos tomadores de decisão da firma que empreende para além das suas fronteiras. As *New Ventures* podem ser criadas para o âmbito externo ou interno com prospecção de se internacionalizar no futuro. As empresas que se dedicam às atividades de comercialização além das fronteiras dos seus países são classificadas em quatro tipos: exportadoras e importadoras, multinacionais, com focos geográficos e globais (LUCENA; CARVALHO, 2018).

Dada à necessidade e crescente importância da internacionalização, passou-se a ser indispensável o surgimento de mecanismos de mensuração do grau de internacionalização de empresas, indústrias e países. Existem diferentes formas de se medir o grau de internacionalização, cada uma delas apresenta aspectos considerados mais relevantes (IETTO-GILLIES, 1998). O objetivo do grau de internacionalização é indicar o quão envolvidas em operações internacionais estão determinadas empresas, para isso, é posta em observação a forma como os recursos da empresa estão distribuídos no exterior e a maneira como a gestão está estruturada. Esse indicador é formado a partir dos dados referentes à quantidade de vendas feita para o exterior, para quantos países foram exportados, a quantidade de executivos que possuem experiência estrangeira e o número de funcionários que trabalham no exterior (FLORIANI; FLEURY, 2012).

Com a intenção de trazer novas perspectivas em relação à internacionalização das empresas goianas, neste artigo, são utilizadas quatro diferentes maneiras de se identificar o nível em que as empresas estão envolvidas em operações no exterior, cada uma com um aspecto considerado mais relevante.

A primeira maneira de se mensurar a internacionalização se refere ao Índice de Transnacionalização (TNi), desenvolvido pela United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), que tem como aspecto mais relevante as atividades executadas no exterior comparadas às atividades totais. Quanto maior for o resultado da comparação entre atividades externas com atividades totais, mais internacionalizada é considerada a empresa, independentemente se tais atividades ocorrem em muitos ou poucos países (IETTO-GILLIES, 1998).

Para ser calculado o indicador, basta realizar a média aritmética de três variáveis: vendas externas por vendas totais, ativos no exterior por ativos totais e número de funcionários no exterior por número total de funcionários. Essas três variáveis fazem com que o resultado concentre informações referentes à demanda e a oferta da internacionalização. As vendas externas por vendas totais são responsáveis por indicar a demanda do mercado internacional e as outras duas variáveis mostram a oferta e a localização. Quanto mais próximo de 1 o Índice de Transnacionalidade chegar, mais internacionalizada é a empresa (IETTO-GILLIES, 1998).

As outras maneiras de se identificar o nível de internacionalização a serem abordadas, neste trabalho, são oriundas da observação do número de países para os quais as empresas exportam, da frequência com a qual elas exportam, anualmente, e da porcentagem da exportação em relação à produção total.

Pelo fato de o processo de internacionalização ter iniciado recentemente, na década de 1990, as empresas brasileiras que estão com ações negociadas em outros

países ainda possuem um grau de internacionalização baixo, têm poucas subsidiárias no exterior e um fluxo baixo de exportação (MOURA; DE LUCA, 2013). Não só na região Centro-Oeste, mas também a nível nacional, o estado de Goiás tem ganhado destaque por conta de seus superávits comerciais crescentes (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020). Em contrapartida, o grau de internacionalização das empresas goianas, até o momento, é considerado baixo, pois grande parte da produção está destinada ao mercado interno. Ademais, as empresas goianas internacionalizadas se encontram nos estágios iniciais da internacionalização (LUCENA; CARVALHO; LEITE, 2018). Os principais objetivos deste estudo são fazer um levantamento das empresas que tiveram atividades exportadoras partindo de Goiás entre os anos de 2016 e 2020, medir os graus de internacionalização delas e elaborar rankings das mais às menos internacionalizadas.

2. METODOLOGIA

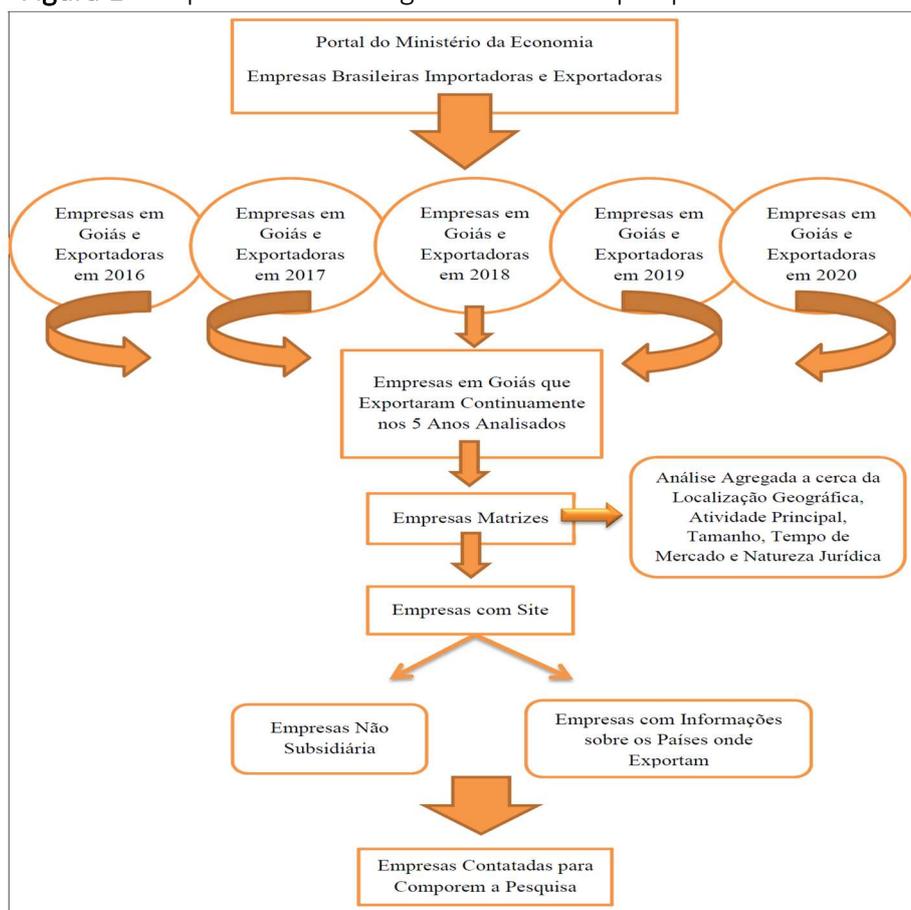
Para a elaboração deste trabalho, realizou-se um levantamento, junto ao portal do Ministério da Economia (2021), das empresas exportadoras em Goiás, durante o período de 2016 a 2020. Os resultados mostraram que 316 empresas exportaram em 2016, 302 em 2017, 285 em 2018, 360 em 2019 e 406 em 2020. Além disso, apenas 123 empresas exportaram, continuamente, nos cinco períodos analisados.

A fim de trabalhar com empresas cuja origem fosse goiana, foram classificadas quais empresas possuíam matriz no estado de Goiás, o que fez um quantitativo de 76 das 123 (61,79%) empresas exportadoras estabelecidas em Goiás. Para compor a primeira parte dos resultados foram realizadas análises agregadas, por meio da localização geográfica (municípios), das atividades principais das empresas conforme Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), do tamanho, do tempo de mercado e da natureza jurídica dos 76 empreendimentos. Com relação ao tamanho das empresas, adotou-se a metodologia do Sebrae (2013), com a classificação do porte segundo o quantitativo de funcionários empregados. As demais análises tomaram por base as informações coletadas nos portais do Ministério da Economia (2021) e da Receita Federal (2021a).

Considera-se empresa exportadora goiana os empreendimentos, com matriz no estado de Goiás, que não sejam subsidiários, que dedicam parte de seus esforços de venda e promoção no âmbito internacional, com sinalização dos locais de atuação em seus próprios sites e também em outros meios de veiculação de notícias.

Como se pretendia entrar em contato com empresas de maior potencial na inserção no mercado externo, mais internacionalizadas, considerou-se que uma efetiva forma de atingir o ambiente exterior se dava via marketing e a acessibilidade das mesmas por potenciais compradores mediante sites. Assim, fez-se uma pesquisa nos sites das empresas e verificou-se que, das 76 empresas da amostra, 66 tinham sites ativos.

Figura 1 - Esquema metodológico utilizado na pesquisa



Fonte: Elaboração própria.

No mesmo sentido, decidiu-se pesquisar, nos sites das 66 empresas, informações que demonstrassem o empenho delas nas atividades internacionais. Procurou-se ao mesmo tempo, em diferentes páginas da internet, informações que sinalizassem as localidades de exportação. Findada a pesquisa, conforme os critérios estabelecidos neste trabalho, a amostra se resumiu em 44 empresas goianas que exportaram, continuamente, entre 2016 a 2020. Essas instituições foram contatadas por meio de ligação telefônica para responderem a um questionário composto por 14 perguntas sobre diferentes aspectos acerca da atividade empresarial no âmbito exterior. Os procedimentos aqui dispostos podem ser vistos de forma esquemática na Figura 1.

Por meio das respostas de 24 empresas que participaram da pesquisa (54,54% dos empreendimentos contatados) foi verificada a potencialidade de trazer novas perspectivas em relação à internacionalização das empresas goianas. Neste artigo, são utilizadas quatro diferentes maneiras de se identificar o nível que as empresas estão envolvidas em operações no exterior, cada uma com um aspecto considerado mais relevante. A primeira maneira de se calcular o grau de internacionalização foi por meio do Índice de Transnacionalidade desenvolvido pela UNCTAD, de acordo com a equação 1.

$$GI = \frac{\left(\frac{VE}{VT}\right) + \left(\frac{AE}{AT}\right) + \left(\frac{EE}{ET}\right)}{3} \quad (1)$$

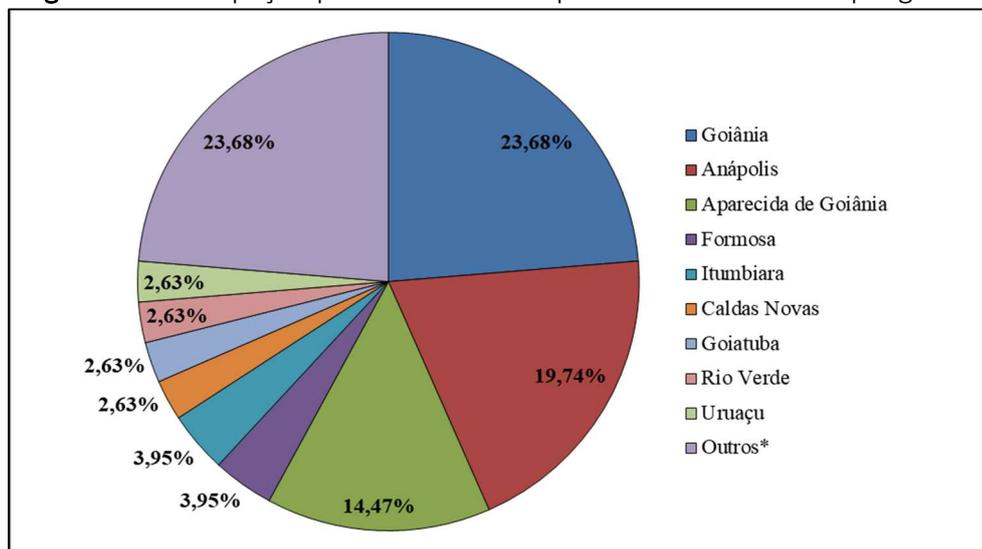
O índice leva em consideração as variáveis: vendas externas sobre vendas totais (VE/VT), ativos estrangeiros sobre ativos totais (AE/AT) e emprego no estrangeiro sobre emprego total (EE/ET). Além disso, para considerar outras perspectivas, também foram ranqueadas as empresas com maior porcentagem de exportação, que exportam para mais países e que possuem maior frequência em operações por ano.

As outras três maneiras de se identificar o nível de internacionalização, a serem abordadas neste trabalho, são oriundas da observação do número de países para os quais as empresas exportam, da frequência com a qual elas exportam, anualmente, e da porcentagem da exportação em relação à produção total. Por fim, cabe explicitar que para todas as metodologias, aqui mencionadas, foram considerados, na construção dos rankings, os 10 maiores valores obtidos de cada categoria.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Antes de traçar as trajetórias das empresas com um nível mais sólido no mercado internacional se faz mister conhecer como estão as diferentes cidades goianas no processo, a quais atividades as firmas do estado mais se dedicam, o tamanho dos estabelecimentos, tempo de mercado e a natureza jurídica dos mesmos. A Figura 2 destaca as localizações geográficas das empresas.

Figura 2 - Participação percentual das empresas em cada município goiano⁵



Fonte: Elaboração própria segundo os dados do Ministério da Economia, 2021.

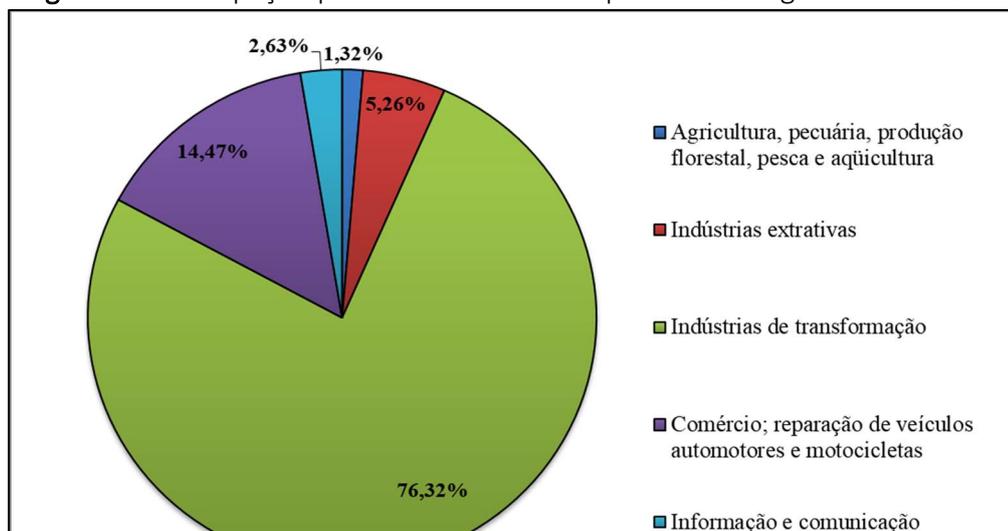
Os municípios de Goiânia, Anápolis e Aparecida de Goiânia apresentam juntos 57,89% das empresas goianas exportadoras, enquanto as demais cidades goianas, com

⁵ Locais que apresentam apenas uma firma exportadora: Abadia de Goiás, Alto Horizonte, Crixás, Edéia, Goianésia, Hidrolândia, Inhumas, Itaberaí, Jataí, Minaçu, Pilar De Goiás, Pirenópolis, Pires do Rio, São Luís de Montes Belos, Senador Canedo, Silvânia, Trindade e Vicentinópolis.

três firmas ou menos, somaram 42,11% de representatividade. Em Goiânia houve concentração no Setor Bueno (22,22% dos 18 estabelecimentos); em Anápolis, no Distrito Agroindustrial- DAIA (60,00% das 15 empresas); e, em Aparecida de Goiânia, no Polo Empresarial (27,27% das 11 firmas). 59,38% dos empreendimentos localizados nas cidades com 3 ou menos das matrizes que exportaram, continuamente, entre 2016 a 2020 estão perto de rodovias, o que pode ser uma ação desenvolvida a fim de facilitar a questão logística.

Embora os municípios de Goiânia, Anápolis e Aparecida tenham a maior quantidade de empresas, eles não apresentaram um volume exportado tão expressivo durante os anos de 2016 a 2020. Segundo os dados do Ministério da Economia (2021), Goiânia ficou em sexto lugar (5,39%), Anápolis em décimo terceiro (2,08%) e Aparecida de Goiânia em vigésimo nono (0,64%) na participação dos valores exportados. Já o município de Rio Verde, com a participação de apenas duas empresas matrizes que exportaram, continuamente, entre 2016 a 2020, apresentou o primeiro lugar no volume de exportação, totalizando 18,62%. A pauta exportadora do estado de Goiás ainda é fortemente influenciada pelas empresas filiais aqui instaladas e pelos produtos agrícolas, uma vez que Rio Verde, em 2020, teve 80,3% relacionado à soja e 18% ao milho. E assim, para além da questão geográfica, as atividades desenvolvidas são essenciais na observação da dinâmica exportadora e tais informações estão dispostas na Figura 3.

Figura 3 - Participação percentual dos ramos produtivos segundo a CNAE



Fonte: Elaboração própria segundo os dados do Ministério da Economia, 2021, e IBGE, 2021.

O maior peso da atividade principal produtiva se deu nas indústrias de transformações (76,32%). Tal resultado é altamente justificado pela abrangência dessa seção que engloba todas as transformações físicas, químicas e biológicas dos produtos diversos que são destinados para o consumo final ou como matéria-prima para atividades subsequentes. Cabe destacar que mesmo com capacidade de gerar valor agregado nos produtos, conforme as atividades produtivas informadas pela CNAE, nas áreas dos produtos da indústria farmoquímica, indústria química, máquinas, produtos automotivos e software, que corresponderam juntos aproximadamente 34,21% das atividades das

empresas, os volumes gerais de exportação dos mesmos giraram em torno de 3,13% das exportações no período, segundo dados do Ministério da Economia (2021).

Continuando a análise, com relação ao tamanho das empresas, as informações sobre o quantitativo de pessoas empregadas foram levantadas nas páginas do LinkedIn de cada estabelecimento, conforme o número de funcionários, porque o acesso ao faturamento das firmas não é factível. A Tabela 1 destaca o intervalo de funcionários na indústria ou no setor de serviços e o percentual encontrado para as 76 empresas analisadas.

Tabela 1- Tamanhos das empresas em número de funcionários na indústria e serviços

Tamanho	Indústria ¹	Serviços ¹	Participação percentual
Microempresa	Até 19	Até 09	5,41%
Pequeno	20 a 99	10 a 49	35,14%
Médio	100 a 499	50 a 99	32,43%
Grande	500 ou mais	100 ou mais	27,03%
Total	-	-	100,00%

¹ Mensurado em quantidade de pessoas.

Fonte: Elaboração própria conforme informações obtidas nas páginas das empresas no LinkedIn.

O porte das empresas exportadoras é pequeno e médio, sendo notória, também, a participação de grandes empreendimentos. Não se verificou uma preponderância de algum porte em detrimento de outro. É importante destacar que, aproximadamente, 28,95% das empresas já estiveram em ao menos um ano na lista de “maiores contribuintes de ICMS no estado de Goiás” e que 15,79% permaneceram presentes nos cinco anos, com uma posição média das firmas exportadoras de 238º em um ranking que varia de 1º a 500º lugar (SECRETARIA DE ESTADO DA ECONOMIA, 2021). Adicionalmente ao tamanho da firma levantou-se, igualmente, o tempo de mercado dessas empresas, como demonstra a Figura 4.

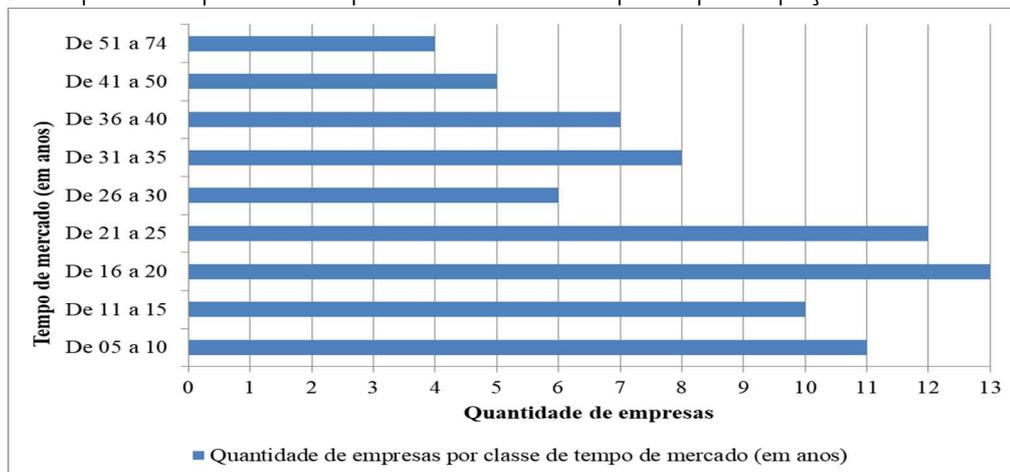
Não há uma tendência clara do tempo de mercado que é preponderante dentre estas 76 empresas exportadoras; contudo, 60,52% estão entre 5 e 25 anos, o que pode demonstrar um crescimento da cultura exportadora nas empresas goianas abertas em meados da década de 1990 até os dias atuais. A empresa mais antiga contava com 74 anos de mercado (aberta em 1947) e a mais nova com 5 anos (inaugurada em 2016). Essa firma mais nova, com 5 anos, se encaixa no que o Empreendedorismo Internacional⁶ coloca como empresa aberta visando o mercado externo, pois desde a sua criação

⁶ Teoria de internacionalização que trabalha no âmbito da abordagem comportamental. Surgiu ao final da década de 1980 para avaliar como os fatores estruturais, econômicos, individuais e materiais influenciam no processo internacional. Essa teoria é uma ferramenta explicativa para a compreensão dos perfis dos tomadores de decisão da firma, que empreende para além das suas fronteiras (LUCENA; CARVALHO, 2018).

p. 30 – Empresas goianas que exportaram continuamente entre 2016 e 2020: grau de internacionalização e características

exporta continuamente. Para concluir, buscou-se verificar a natureza jurídica dos empreendimentos.

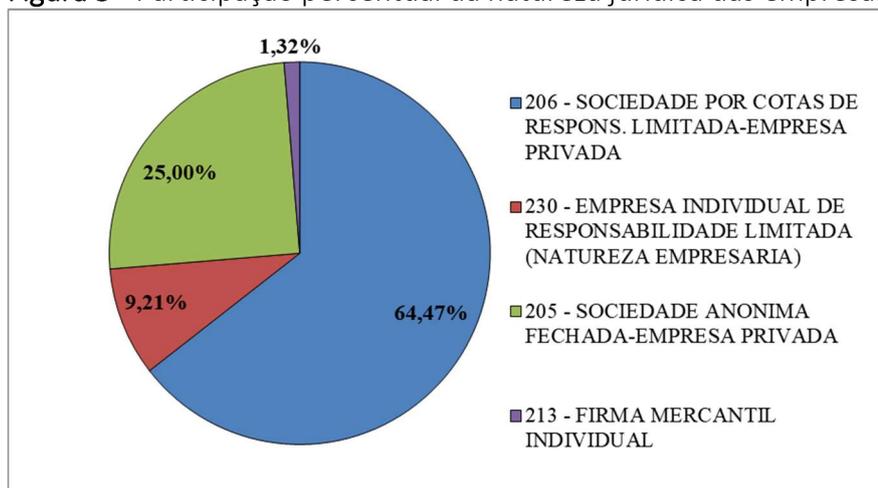
Figura 4 - Empresas exportadoras por intervalo de tempo na participação no mercado



Fonte: Elaboração própria conforme dados da Receita Federal, 2021a.

As empresas exportadoras, de acordo com a Figura 5, são em sua maioria sociedades limitadas (73,68%), característica de firmas que, normalmente, exploram atividades econômicas de pequeno e médio porte. A sociedade anônima, que, geralmente, se relaciona a grandes organizações produtivas, perfaz uma proporção de 25%. Em menor participação (1,32%), tem-se a “firma mercantil individual”, que apenas pode ser utilizada por microempresas.

Figura 5 - Participação percentual da natureza jurídica das empresas



Fonte: Elaboração própria segundo os dados do Ministério da Economia, 2021.

Cabe destacar que dentre 75% das empresas aptas ao regime do Simples Nacional, via natureza jurídica, apenas 21,05% das firmas estavam nessa modalidade (RECEITA FEDERAL, 2021b). Vale lembrar, também, que ser do Simples Nacional traz facilidades pela reunião do pagamento de vários impostos em uma só guia, assim como alíquotas mais brandas. Contudo, sociedades anônimas, algumas atividades específicas,

empreendimentos endividados junto ao fisco, com documentação incompleta e firmas com faturamentos acima de 4,8 milhões de reais anuais não podem optar por essa modalidade tributária. O que pode explicar apenas 21,05% das firmas exportadoras goianas estarem inseridas no Simples Nacional ao mesmo tempo em que se tem 72,97% das atividades no porte de micro, pequenas e médias empresas.

Tabela 2 - Ranking do grau de internacionalização segundo metodologia UNCTAD

Ranking	Empresa	Grau de internacionalização (UNCTAD)
1	Botech Comércio, Indústria, Importação e Exportação Ltda.	0,333
	River City Biotecnologia Ltda.	0,333
2	Coming Indústria e Comércio de Couros Ltda.	0,327
3	Mecat Filtrações Industriais Ltda.	0,14
4	Kingspan - Isoeste Construtivos Isotérmicos S/A	0,137
5	São Salvador Alimentos S/A	0,107
6	Champion Farmoquímico	0,103
7	Toollon Indústria e Comércio de Cosméticos Ltda.	0,1
8	Bioline Fios Cirúrgicos Ltda.	0,073
9	Scitech Produtos Médicos Ltda.	0,043
10	Sol e Energia Modas	0,04

Fonte: Elaboração própria.

O ranqueamento das empresas a partir do grau de transnacionalidade permitiu verificar que 11 empresas estão listadas com os 10 maiores graus de internacionalização, variando de 0,040 a 0,333, conforme a Tabela 2. Considera-se que uma empresa muito internacionalizada tenha um grau de internacionalização acima de 0,5. Percebe-se que, na Tabela 2, as empresas goianas, ainda, não podem ser consideradas muito internacionalizadas, já que o maior grau de internacionalização calculado foi de 0,333; porém, admite-se que a internacionalização é um processo que pode vir a ser lento e longo. Logo, um dia, as empresas goianas poderão estar nos primeiros estágios da internacionalização. Além do quadro anterior, foram ranqueadas as empresas que exportam para a maior quantidade de países.

Tabela 3 - Ranking das empresas que exportam para a maior quantidade de países

Ranking	Empresa
1	São Salvador Alimentos S/A
2	Coming Indústria e Comércio de Couros Ltda.
	Sol e Energia Modas

p. 32 – Empresas goianas que exportaram continuamente entre 2016 e 2020: grau de internacionalização e características

3	Scitech Produtos Médicos Ltda.
4	Alca Foods Ltda.
5	Mecat Filtrações Industriais Ltda.
6	Champion Farmoquímico
<hr/>	
7	Bioline Fios Cirúrgicos Ltda.
	Nutriza Agroindustrial de Alimentos
<hr/>	
8	Laboratório Teuto Brasileiro
<hr/>	
	Toollon Indústria e Comércio de Cosméticos Ltda.
9	GSA Gama Sucos e Alimentos Ltda.
	FAAFTECH Tecnologia Ltda.
<hr/>	
10	Sicmol S/A

Fonte: Elaboração própria.

Na Tabela 3, quatorze empresas ocupam as 10 posições de corporações que exportam para mais países. Neste quadro há um número maior de empresas do que de posições, e isso acontece pelo fato de que as firmas que compartilham as mesmas colocações no ranking exportam para o mesmo número de países. Também foram ranqueadas as empresas que tiveram as maiores frequências de atividades de exportação por ano e, neste ranking, foi considerado o número de embarques ou envios que são feitos, anualmente, pelas empresas listadas.

Tabela 4 - Ranking das empresas com maiores frequências de exportação anual

Ranking	Empresa
1	São Salvador Alimentos S/A
2	Coming Indústria e Comércio de Couros Ltda.
3	Nutriza Agroindustrial de Alimentos
4	Kingspan - Isoeste Construtivos Isotérmicos S/A
5	Sol e Energia Modas
6	Scitech Produtos Médicos Ltda.
7	Alca Foods Ltda.
8	FAAFTECH Tecnologia Ltda.
9	Bioline Fios Cirúrgicos Ltda.
10	Mendez Alimentos Ltda.

Fonte: Elaboração própria.

Além dos rankings anteriores, elaborou-se o ranking das empresas com as maiores porcentagens de receita proveniente do exterior, para isso, considerou-se o resultado de receita oriunda do exterior sobre receitas totais. Novamente, o ranking apresentou uma quantidade maior de empresas, pelo fato dos empreendimentos que estão na mesma posição terem o mesmo percentual de receita oriunda do exterior.

É possível perceber que as onze empresas com os maiores graus de internacionalização estão presentes no quadro acima, isso porque a variável responsável por elevar de maneira expressiva o grau de internacionalização é a referente ao percentual de receitas provenientes do exterior. Portanto, é de se esperar que as empresas com as maiores porcentagens em receitas externas sejam também as empresas com os maiores graus de internacionalização.

Tabela 5 - Ranking das empresas com maiores percentuais de receita proveniente do exterior (continua)

g	Rankin	Empresa
1		Botech Comércio, Indústria, Importação e Exportação Ltda.
		River City Biotecnologia Ltda.
2		Coming Indústria e Comércio de Couros Ltda.
3		São Salvador Alimentos S/A
4		Mecat Filtrações Industriais Ltda.
5		Champion Farmoquímico
6		Toollon Indústria e Comércio de Cosméticos Ltda.
7		Bioline Fios Cirúrgicos Ltda.
8		Peak Automotiva Ltda.
		MTC Medical Comércio Indústria Importação e Exportação
		Kingspan - Isoeste Construtivos Isotérmicos S/A
		Scitech Produtos Médicos Ltda.
		FAAFTECH Tecnologia Ltda.
		Sicmol S/A
		Sol e Energia Modas
9		Nutriza Agroindustrial de Alimentos
		FJP Comércio Ltda. (Fast Açaí)
10		Equiplex Indústria Farmacêutica Ltda.
		Alca Foods Ltda.

Fonte: Elaboração própria.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio desta pesquisa, percebeu-se a notória diferença entre as atividades produtivas das empresas exportadoras goianas, que realizaram comercialização no âmbito internacional, continuamente, entre 2016 a 2020, e os volumes exportados pelo estado de Goiás. As primeiras empresas atuam em setores com maior valor agregado (como agroindústria, saúde, máquinas e equipamentos, construção civil e indústria têxtil), enquanto os produtos com maiores volumes são da cadeia da soja. Ademais, o principal problema relatado no processo de inserção internacional é a legislação tanto interna como externa. As estratégias de promoção comercial se mostraram em vários casos incipientes e, quando há, estão centradas em meios de comunicação e nas feiras internacionais.

Alguns fatores que auxiliaram, no primeiro momento, na atuação internacional foram: conhecimento do mercado produtivo, no campo de comércio exterior, logística, linguística e do direito; cursos de capacitações e experiências profissionais anteriores. E, ao longo do processo de internacionalização, as empresas adquiriram, além da experiência no comércio exterior, *know-how* em obtenção de certificações; na distinção dos perfis dos clientes; melhorias dos produtos, na comunicação e inovação; compreensão dos aspectos culturais e de transação financeira.

Quando analisado o estágio de inserção dos empreendimentos, aproximadamente, 87,5% realizam apenas exportação (seja ela direta ou indireta) e 12,5% estão em etapas mais avançadas no processo de internacionalização (já apresentando operações de licenciamento, *joint venture* e investimento direto). Em relação ao cálculo do grau de internacionalização, é possível observar a discrepância desse indicador nas três primeiras empresas em relação ao resto do ranking. Tal assimetria pode mostrar o nível de competitividade que as empresas mais internacionalizadas têm em relação às menos internacionalizadas. Além disso, é interessante observar que as empresas com os maiores graus de internacionalização são do mesmo modo as empresas com as maiores porcentagens de receita oriunda do mercado externo.

Entende-se que há uma relação entre a Tabela 2 e a Tabela 5, visto que o percentual de receitas do estrangeiro é considerado para o cálculo do grau de internacionalização. Ademais, ao serem feitos os cálculos do grau, pôde-se constatar que a variável mais significativa para o aumento do grau de internacionalização é a de receita no exterior sobre receita total. As proporções das variáveis de percentual de ativos no exterior e percentual de funcionários são muito pequenas e não possuem influência expressiva no resultado final.

Em suma, por meio das experiências das empresas, obtidas no processo de internacionalização, houve aprendizado e desenvolvimento mercadológico das mesmas que, ao atingir diferentes localidades, necessitaram inovar e se adaptar às novas realidades. Além do mais, as empresas aqui analisadas apresentam tamanhos, pauta de produtos e tempo de mercado diversificado. Entretanto, constata-se que as empresas exportadoras goianas se encontram nos estágios iniciais de internacionalização, já que tais graus variam entre 0,040 e 0,333. Percebe-se confluência nos estágios de inserção no mercado exterior, centrados nas etapas iniciais, e o não tão elevado grau de internacionalização das empresas goianas analisadas. Por fim, cabe ressaltar que a

metodologia da UNCTAD e a de análise dos maiores percentuais de receita proveniente do exterior possuem grande proximidade nos seus resultados apresentados.

REFERÊNCIAS

BODDEWYN, J. J. Foreign Divestment: Magnitude and Factors. **Journal of International Business Studies**, New York, v. 10, n. 1, p. 21-27, 1979.

CARNEIRO, J.; DIB, L. A. Avaliação comparativa do escopo descritivo e explanatório dos principais modelos de internacionalização de empresas. **INTERNEXT- Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 1-25, jan./jun. 2007.

DALMORO, M. **Internacionalização de empresas em redes horizontais**: uma análise a partir do Projeto Setorial Integrado Wines from Brazil. 2009. Dissertação (Mestrado em Estratégia e Competitividade) – Faculdade de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2009.

FILLIS, I. A methodology for researching international entrepreneurship in SMEs. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, Melbourne, v. 14, n. 1, p. 118-135, 2007.

FLORIANI, D. E.; FLEURY, M. T. O Efeito do Grau de Internacionalização das Competências Internacionais e no Desempenho Financeiro da PME brasileira. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, p. 438-458, 2012.

HILAL, A.; HEMAIS, C. A. O processo de internacionalização na ótica da escola nórdica: evidências empíricas em empresas brasileiras. **Rev. adm. contemp.**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 109-124 jan./mar. 2003.

HYMER, S. H. **The International Operations of National Firms**: A Study of Direct Foreign Investment. Cambridge: MIT Press, 1976.

IBGE. **CONCLA: Comissão Nacional de Classificação**. 2021. Disponível em: https://concla.ibge.gov.br/images/concla/documentacao/EstruturaDetalhadaCNAE_CN_AEFiscal2_Atualizada.pdf. Acesso em: 02 fev. 2021.

IETTO-GILLIES, G. Different conceptual frameworks for the assessment of the degree of internationalization: an empirical analysis of the various indices for the top 100 transnational corporations. **Transnational corporations**, New York, v.7, n. 1, p. 17-39, 1998.

LUCENA, A. F. de.; CARVALHO, S. R. de. Internacionalização de empresas e Empreendedorismo Internacional. *In*: LUCENA, A. F.; CARVALHO, C. R. R. (org.). **Internacionalização de empresas goianas**: processos, estratégias e dificuldades. Goiânia: Editora Espaço Acadêmico, 2018. p. 83-98.

p. 36 – Empresas goianas que exportaram continuamente entre 2016 e 2020: grau de internacionalização e características

LUCENA, A. F. de.; DIAS, L. O.; SANTOS, V. B. dos. Internacionalização de empresas e Teoria das Redes. *In*: LUCENA, A. F.; CARVALHO, C. R. R. (org.). **Internacionalização de empresas goianas: processos, estratégias e dificuldades**. Goiânia: Editora Espaço Acadêmico, 2018. p. 69-82.

LUCENA, A. F. de.; SILVA, G. D. O Modelo de Uppsala e o processo de internacionalização das firmas. *In*: LUCENA, A. F.; CARVALHO, C. R. R. (org.). **Internacionalização de empresas goianas: processos, estratégias e dificuldades**. Goiânia: Editora Espaço Acadêmico, 2018. p. 53-67.

LUOSTARINEN, R.; WELCH, L. S. Internationalization: Evolution of a Concept. **Journal of General Management**, Newbury Park, v. 14, n. 2, p. 34-55, 1988.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Exportação e Importação Geral**. 2020. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/geral>. Acesso em: 17 jun. 2021.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Lista de Empresas Brasileiras Exportadoras e Importadoras**. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/produtividade-e-comercio-exterior/pt-br/assuntos/comercio-exterior/estatisticas/empresas-brasileiras-exportadoras-e-importadoras>. Acesso em: 05 fev. 2021.

MOURA, A. A. F.; DE LUCA, M. M. M. Grau de internacionalização das Empresas Listadas na BM&FBovespa. *In*: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 6., 2013, Bento Gonçalves. **Anais [...]**. Bento Gonçalves: ANPAD, 2013.

RECEITA FEDERAL. **Emissão de Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral**. 2021a. Disponível em: https://servicos.receita.fazenda.gov.br/servicos/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp. Acesso em: 15 maio 2021.

RECEITA FEDERAL. **Simples Nacional**. 2021b. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/aplicacoes.aspx?id=21>. Acesso em: 17 fev. 2021.

SEBRAE. **Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa**. Brasília: DIEESE, 2013. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf. Acesso em: 15 jun. 2021.

SECRETARIA DE ESTADO DA ECONOMIA. **Os maiores contribuintes do ICMS**. 2021. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf. Acesso em: 29 abr. 2021.

SILVA, J. D.; CARVALHO, C. R. R.; CAMPOS, F. R. Processo de internacionalização na perspectiva da Nova Economia Institucional (NEI): uma abordagem da teoria de custos

de transação. *In*: LUCENA, A. F.; CARVALHO, C. R. R. (org). **Internacionalização de empresas goianas**: processos, estratégias e dificuldades. Goiânia: Editora Espaço Acadêmico, 2018. p. 15-36.

VIEIRA, J. C. O Paradigma Eclético e a internacionalização das empresas. *In*: LUCENA, A. F.; CARVALHO, C. R. R. (org). **Internacionalização de empresas goianas**: processos, estratégias e dificuldades. Goiânia: Editora Espaço Acadêmico, 2018. p. 39-52.