ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Schmidt, Flávia de Holanda; da Silva, Jorge Ferreira

Working Paper

Apoio à exportação: Evidências empíricas e desafios para futuras pesquisas

Texto para Discussão, No. 1785

Provided in Cooperation with:
Institute of Applied Economic Research (ipea), Brasília

Suggested Citation: Schmidt, Flávia de Holanda; da Silva, Jorge Ferreira (2012) : Apoio à exportação: Evidências empíricas e desafios para futuras pesquisas, Texto para Discussão, No. 1785, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Brasília

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/91038

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

1785
TEXTO PARA DISCUSSÃO

ipea

APOIO À EXPORTAÇÃO: EVIDÊNCIAS EMPÍRICAS E DESAFIOS PARA FUTURAS PESQUISAS

Flávia de Holanda Schmidt
Jorge Ferreira da Silva

ipea
Por um Brasil desenvolvido

1785

TEXTO PARA DISCUSSÃO

Rio de Janeiro, novembro de 2012

APOIO À EXPORTAÇÃO: EVIDÊNCIAS EMPÍRICAS E DESAFIOS PARA FUTURAS PESQUISAS*

Flávia de Holanda Schmidt**
Jorge Ferreira da Silva***

* Os autores agradecem as valiosas contribuições e sugestões de dois pareceristas anônimos. Eventuais falhas remanescentes são de sua inteira responsabilidade.

** Técnica de Planejamento e Pesquisa na Diretoria de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação, Regulação e Infraestrutura (Diset) do Ipea.

*** Professor associado e coordenador de Pós-Graduação em Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e presidente da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração (ANPAD).

Governo Federal

Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República
Ministro Wellington Moreira Franco

ipea Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

Fundação pública vinculada à Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, o Ipea fornece suporte técnico e institucional às ações governamentais – possibilitando a formulação de inúmeras políticas públicas e programas de desenvolvimento brasileiro – e disponibiliza, para a sociedade, pesquisas e estudos realizados por seus técnicos.

Presidente
Marcelo Côrtes Neri

Diretor de Desenvolvimento Institucional
Luiz Cezar Loureiro de Azeredo

Diretora de Estudos e Relações Econômicas e Políticas Internacionais
Luciana Acioly da Silva

Diretor de Estudos e Políticas do Estado, das Instituições e da Democracia
Alexandre de Ávila Gomide

Diretor de Estudos e Políticas Macroeconômicas, Substituto
Claudio Roberto Amitrano

Diretor de Estudos e Políticas Regionais, Urbanas e Ambientais
Francisco de Assis Costa

Diretora de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação, Regulação e Infraestrutura
Fernanda De Negri

Diretor de Estudos e Políticas Sociais
Rafael Guerreiro Osório

Chefe de Gabinete
Sergei Suarez Dillon Soares

Assessor-chefe de Imprensa e Comunicação
João Cláudio Garcia Rodrigues Lima

Ouvidoria: http://www.ipea.gov.br/ouvidoria
URL: http://www.ipea.gov.br

Texto para Discussão

Publicação cujo objetivo é divulgar resultados de estudos direta ou indiretamente desenvolvidos pelo Ipea, os quais, por sua relevância, levam informações para profissionais especializados e estabelecem um espaço para sugestões.

© Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – **ipea** 2012

Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.- Brasília : Rio de Janeiro : Ipea , 1990-

ISSN 1415-4765

1.Brasil. 2.Aspectos Econômicos. 3.Aspectos Sociais. I. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.

CDD 330.908

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade do(s) autor(es), não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada ou da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

JEL: F23, M16, M38

SUMÁRIO

SINOPSE

ABSTRACT

1 INTRODUÇÃO 7

2 O PAPEL DO APOIO À EXPORTAÇÃO 9

3 MÉTODO DE PESQUISA 13

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DESCRITIVOS 15

5 DISCUSSÃO 24

6 CONCLUSÃO 33

REFERÊNCIAS 35

APÊNDICE 40

SINOPSE

O fortalecimento do compromisso com a assistência à exportação e o estabelecimento de programas completos para aumentar a atividade exportadora das firmas são parte das políticas públicas de quase todos os países desenvolvidos e em desenvolvimento. Nas últimas décadas, não apenas houve aumento dos valores dedicados pelos governos a essas ações como o número de agências de apoio à exportação triplicou no contexto do desenvolvimento de estratégias nacionais de exportações em todo o mundo. A despeito da contribuição sobre o tema já estar presente na agenda de muitos autores há mais de trinta anos, aspectos metodológicos e conceituais contribuíram para que, ainda na atualidade, persistam divergências sobre os efeitos e impactos da adoção de programas de apoio à exportação no desempenho exportador das firmas apoiadas. Considerando que os recursos governamentais são escassos e exigem o máximo de esforços para a melhor eficiência alocativa e que, dessa forma, políticas públicas precisam ser fortemente baseadas em evidências, quantidade significativa de estudos empíricos dedicados ao entendimento do apoio à exportação foi desenvolvida recentemente na área de Negócios Internacionais. Este trabalho tem como objetivo contemplar o estado atual das questões ligadas à promoção de exportações e contribuir para o desenvolvimento de maior entendimento sobre o fenômeno, a partir de uma revisão dos trabalhos empíricos sobre o tema publicados entre 1992 e 2011. O ano de 1992 foi estabelecido como referência para o início do período porque o trabalho de Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse (1993), última revisão sobre o tema identificada, englobou o período compreendido entre 1971 e 1991. Todos os 25 artigos identificados foram codificados de acordo com um mesmo método de análise, baseado em critérios objetivos. A análise feita indica que a produção evoluiu entre os dois subperíodos analisados em quantidade e em qualidade, e evidencia progresso ao longo do período total, especialmente em relação à diversificação dos *loci* de pesquisa, à adoção de técnicas estatísticas mais robustas e ao advento de estudos longitudinais. Algumas limitações, entretanto, ainda foram constatadas mesmo em estudos mais recentes e, nesses casos, algumas recomendações para os pesquisadores são feitas. Considerando que o apoio à exportação é uma das áreas em que a pesquisa em Negócios Internacionais pode gerar maiores contribuições simultaneamente úteis para os gestores de políticas públicas e para os *practitioners*, espera-se que as questões apontadas sejam úteis para o desenvolvimento de melhores investigações empíricas sobre o tema no futuro.

Palavras-chave: internacionalização de empresas; apoio à exportação; desempenho exportador.

ABSTRACT[i]

The strengthening of the commitment to export assistance and the establishment of comprehensive programs to foster export activities of firms are part of public policies in almost all developed and developing countries. In recent decades, not only the amount devoted by governments to these actions increased as the number of trade and investment promotion agencies has tripled worldwide in the context of the development of national export strategies. Despite academic contributions on the topic have been on the agenda of many authors for over thirty years, conceptual and methodological issues have contributed to huge disagreement regarding the real effects and impacts of the adoption of export promotion programs in the export performance of supported firms. Considering that government resources are scarce and require maximum effort to better allocative efficiency and thus, public policies must be strongly based on evidence, a significant amount of empirical studies in International Business devoted to export assistance was recently developed. This paper aims to identify the current state of issues related to export promotion and develop a deeper understanding of the phenomenon, departing from a review of empirical work on the subject published between 1992 and 2011. The year 1992 was set as a reference for the beginning of the period because the work of Diamantopoulos, Schlegelmilch and Tse (1993), the last review on the topic identified, encompassed the period between 1971 and 1991. All of the 25 identified articles were coded according to the same method of analysis, based on objective criteria. The analysis indicates that the production has evolved in quantity and quality between the two time periods in which the whole period was split, and highlights an evolution over the period analyzed, specially in relation to the diversification of the loci of research, the adoption of more robust statistical techniques and the emergence of longitudinal studies. Some limitations, however, were still observed even in more recent studies, and in these cases, some recommendations are made. Once the export promotion is one area in which research in International Business can generate contributions that are both useful for policymakers and practitioners, this work is expected to sum up important issues that can be useful for developing better empirical investigations on the subject in the future.

Keywords: internationalization; export assistance; export performance.

i. *The versions in English of the abstracts of this series have not been edited by Ipea's editorial department.*
As versões em língua inglesa das sinopses (*abstracts*) desta coleção não são objeto de revisão pelo Editorial do Ipea.

1 INTRODUÇÃO

O fomento à competitividade das firmas nacionais é essencial para a construção de um projeto de desenvolvimento econômico e social sustentável de um país. Trata-se, entretanto, de tarefa complexa, diante dos grandes desafios que as empresas e os governos têm enfrentado desde o início da década de 1990. A globalização crescente de mercados e indústrias alterou radicalmente as condições competitivas em que as firmas operam (Macedo-Soares, 2011) e, se frequentemente traz oportunidades para as firmas, ao mesmo tempo não deixa de compor o elenco de desafios para as organizações contemporâneas (Freixanet, 2011). Nesse contexto, a identificação de fatores críticos ao desempenho de exportação das firmas tem sido um alvo de crescente atenção (Haahti *et al.*, 2005).

Se é sabido que todos os fatores influentes sobre o desempenho exportador não são controláveis pelos governos, a literatura registra impactos observados em decorrência de políticas governamentais, especialmente por meio de programas de apoio à exportação. À parte do debate sobre a pertinência de intervenção governamental nas atividades econômicas das firmas, quase todos os países desenvolvidos e em desenvolvimento fortaleceram o seu compromisso com a assistência à exportação e estabeleceram programas completos para aumentar a atividade exportadora das firmas sob sua jurisdição (Ahmed, Julian e Majar, 2006; Gençtürk e Kotabe, 2001; Volpe Martincus e Carballo, 2010a) e expandiram os valores dedicados pelos governos a essas ações (Freixanet, 2011). Nas últimas décadas, o número de agências de apoio à exportação triplicou no contexto do desenvolvimento de estratégias nacionais de exportações em todo o mundo (Lederman, Olarreaga e Payton, 2010).

A despeito de a contribuição sobre o tema já estar presente na agenda de muitos autores há mais de trinta anos, aspectos metodológicos e conceituais contribuíram para que, ainda na atualidade, persistam divergências sobre os efeitos e impactos da adoção de programas de apoio à exportação no desempenho exportador das firmas apoiadas.

Considerando que os recursos governamentais são escassos e exigem o máximo de esforços para a melhor eficiência alocativa e que, dessa forma, políticas públicas precisam ser fortemente baseadas em evidências, quantidade significativa de estudos empíricos dedicados ao entendimento do apoio à exportação foi desenvolvida recentemente na área de Negócios Internacionais. A despeito disso, nenhuma revisão sistemática da

literatura empírica sobre o tema foi identificada desde Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse (1993), que sintetizaram os trabalhos publicados sobre o tema entre 1971 e 1991. Nesse sentido, para contemplar o estado atual das questões ligadas à promoção de exportações[1] e desenvolver um entendimento mais profundo do fenômeno, este estudo possui três objetivos:

- analisar os *loci*, desenhos de pesquisa e técnicas de coleta e tratamento de dados adotados pelos trabalhos empíricos nos últimos vinte anos (1992-2011);

- avaliar criticamente a evolução do escopo e da metodologia de pesquisa adotadas pelos autores; e

- identificar questões e opções metodológicas que ainda exigem maiores esforços dos pesquisadores.

Ao alinhar sob uma mesma lente de análise diferentes artigos produzidos com objetivos bastante semelhantes, este trabalho permite não apenas a compreensão das conexões existentes entre estudos anteriores como também a definição de tendências conceituais, metodológicas e empíricas na pesquisa ao longo do tempo. Espera-se ainda que o trabalho contribua como estímulo para novos desenvolvimentos teóricos e empíricos entre os acadêmicos e profissionais interessados no tema.

Este trabalho está organizado em seis seções, das quais a primeira é esta introdução. Segue-se a isso uma seção dedicada ao entendimento do papel do apoio à exportação como fator influente no desempenho exportador. A terceira seção apresenta o método de investigação utilizado para a identificação dos artigos revisitados, enquanto a quarta seção expõe e discute os resultados descritivos obtidos. Após isso, é feita a discussão, e algumas recomendações para futuras pesquisas são apresentadas; por fim, são tecidas algumas conclusões. Um quadro sinótico com características selecionadas dos artigos revisados, apresentado como apêndice, encerra este trabalho.

1. Na mesma linha de autores tradicionais do tema, como Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse (1993), os termos promoção, apoio ou assistência às exportações, assim como programas, serviços e instrumentos, serão utilizados como sinônimos neste trabalho, devendo ter entendimento adstrito apenas às atividades públicas de apoio à exportação.

2 O PAPEL DO APOIO À EXPORTAÇÃO

Pesquisas empíricas já identificaram uma série de fatores explicativos sobre o desempenho exportador.[2] Basicamente, estes fatores podem ser classificados em fatores internos e externos. Os fatores externos seriam aqueles que estariam além do escopo de ação dos gestores, sendo, portanto, essencialmente não controláveis por eles. Além das características do mercado doméstico, exemplificam os fatores externos aspectos ligados à estrutura da indústria e aos aspectos peculiares ao mercado de destino das exportações. Em oposição, os fatores internos capazes de afetar o desempenho exportador das firmas seriam aqueles passíveis de controle pelos gestores das firmas, tais como os ligados à estratégia de *marketing* de exportação, às características da firma, às características dos gestores, assim como às suas atitudes e percepções em relação à atividade exportadora.[3] Utilizando como referência esta estrutura analítica, o apoio à exportação é um dos fatores externos, ligados ao mercado doméstico, que são influentes no desempenho exportador da firma.

O apoio à exportação pode ser oferecido de forma indireta às firmas, por meio de eliminação de requisitos burocráticos, financiamento à produção e políticas de apoio à inovação, como apontam Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse (1993); Lages e Montgomery (2005). Na revisão de literatura que fundamenta este trabalho, entretanto, foram revisitadas pesquisas que tratam de programas formulados especificamente para fomentar as exportações pelas empresas. Uma limitação adicional de escopo adotada refere-se às possíveis configurações diferentes das atividades de apoio já relatadas pelas pesquisas sobre o tema. Ainda que em alguns países os programas contem com organizações privadas e agências quase governamentais (Ahmed *et al.* 2002; Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse, 1993; Seringhaus e Botschen, 1991), além dos organismos públicos voltados para a promoção de exportações e investimento, foram tratadas neste trabalho apenas as medidas públicas de apoio à exportação. Dessa forma, este estudo adotará a definição de apoio à exportação proposta por Seringhaus (1986): "todas as medidas públicas que realmente ou potencialmente aumentam a atividade exportadora tanto sob um ponto de vista da firma, da indústria ou do país", opção

2. Para uma revisão, ver Sousa, Martínez López e Coelho (2008); Zou e Stan (1998).

3. Alguns autores, tais como Zou e Stan (1998), sugerem, entretanto, que haveria fatores internos que poderiam ser considerados como não controláveis, uma vez que os gestores não conseguiriam alterá-los no curto prazo.

também adotada por outros pesquisadores, como, por exemplo, Ahmed, Julian e Majar (2006); Cramer e Williamson (2009); Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse (1993); Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011); Lages e Montgomery (2005).

A promoção às exportações vem sendo usada em países industrializados desde o começo do século XX (Seringhaus e Botschen, 1991). Naidu *et al.* (1997) destacam que países que se tornaram industrializados nas últimas décadas do século passado, como Hong Kong, Taiwan, Singapura e Coreia do Sul, analogamente demonstraram o poder que tais políticas podem ter. Se a discussão sobre a justificativa para a intervenção dos governos no apoio à exportação extrapola os objetivos deste texto, uma vez que o colóquio sobre o tema é vasto e envolve economistas de diferentes vertentes, é pertinente revisitar brevemente as *rationales* já apresentadas na literatura.

Brander e Spencer (1985) são tidos como pioneiros na análise de impacto dos subsídios às exportações em mercados em que ocorre a interação entre as firmas. Os autores, partindo de um modelo baseado em uma competição entre uma firma doméstica e uma firma externa que vendem um produto homogêneo a outro mercado, demonstraram que uma escolha apropriada de apoio à exportação seria capaz de aumentar o bem-estar doméstico, uma vez que a expansão dos lucros para a firma doméstica excederia os custos com os financiamentos.

A importância da ação governamental no fomento às exportações foi discutida também por Hausmann e Rodrik (2003). Os autores chamam a atenção para a importância que as decisões de investimento corretas têm no processo de desenvolvimento econômico e que, uma vez que o empreendedor que faz a "descoberta" captura apenas uma pequena parte do valor que esse conhecimento gera, dado que outros empreendedores podem facilmente reproduzir essas descobertas, os governos precisam atuar para promover o crescimento industrial e a transformação estrutural. Sob esta ótica, algumas formas de atuação governamental no apoio às exportações, como os empréstimos e garantias, seriam capazes de agir para estes objetivos. Hausmann e Rodrik (2003), entretanto, fazem a ressalva de que governos sem capacidade de exercer liderança sobre os setores privados tendem a confundir mais que ajudar os empreendedores domésticos.

Hausmann, Hwang e Rodrik (2007) trataram da influência do fomento a um ambiente que promova o empreendedorismo e o investimento em novas atividades

para a convergência econômica. Os resultados empíricos obtidos pelos autores sugerem que o tipo de bens em que um país se especializa tem importantes implicações para o seu desempenho econômico subsequente: tudo o mais constante, uma economia é melhor produzindo bens que países ricos exportam, reforçando assim a importância de que o governo atue para que as suas exportações priorizem em sua pauta os bens associados à alta produtividade.

Se, teoricamente, o papel principal dos governos deveria ser facilitar o funcionamento efetivo dos mercados, garantindo um ambiente macroeconômico favorável, um arcabouço efetivo de governança corporativa e leis comerciais e, no nível micro, flexibilidade pelo lado da oferta, Alexander e Warwick (2007) apontam que, considerando a possibilidade de falhas de mercado, as intervenções governamentais podem ser úteis. É feita a ressalva de que o benefício da intervenção só ocorre sob algumas condições, como a existência de um problema que o governo possa tratar melhor que os atores privados e em que os benefícios da ação superem os custos.

Os autores destacam que apenas o governo, por exemplo, pode desempenhar certas funções como a definição de regras do sistema (estruturas, leis) para que os mercados internacionais funcionem efetivamente. As agências governamentais também podem ter acesso a suas contrapartes externas e assim dar às firmas nacionais acesso à informação que de outra forma não estaria disponível. Os governos seriam ainda referências de credibilidade para as firmas que buscam parceiros no exterior. Outra função apontada é a de intermediário de confiança: se as firmas ou indivíduos são heterogêneos e a informação é limitada, os mercados podem não ser capazes de funcionar eficientemente sem um intermediário.

A existência de falhas de mercado também é sugerida por Kang (2011) como justificativa para o apoio à exportação, dado que, ainda que se saiba que as exportações impactam a economia como um todo ao permitir economias de escala e transbordamentos de produtividade, as falhas de mercado como a informação assimétrica e as externalidades justificariam a intervenção governamental. Moreira e Dos Santos (2001) também trilham pela mesma motivação e sustentam que a intervenção é baseada na premissa de que os mercados sem ajuda tendem a não ser adequadamente eficientes e que as falhas de governo não ocorreriam de imediato, mas somente apenas após as falhas de mercado, o que explicaria, por conseguinte, a intervenção por meio de políticas de apoio.

Grande parte da fundamentação para programas de apoio possui mesmo natureza econômica, como em Naidu *et al.* (1997) que, sob um ponto de vista macro, alertam para o consenso emergente de que a promoção de exportações é um dos melhores caminhos para o desenvolvimento econômico e que a diversificação dos mercados resultante das exportações também contribui para a estabilidade econômica. Baumann, Canuto e Gonçalves (2004) relembram que mesmo os economistas clássicos e neoclássicos defendiam o princípio segundo o qual o comércio exterior proporciona o crescimento e o desenvolvimento de um país, ao alcançar novos mercados, comercializar novos produtos e ainda incorporar novas tecnologias.

Seringhaus e Rosson (1990) sumariam em seu trabalho algumas razões pelas quais os governos devem assegurar às firmas serviços e incentivos para a exportação: o crescimento do comércio internacional, ao mesmo tempo em que torna as indústrias mais competitivas em nível global, faz com que as empresas que confinarem suas atividades aos mercados domésticos passem a desgastar sua vantagem competitiva. Para os casos em que os mercados domésticos são reduzidos, a exportação poderia adicionalmente ajudar a fortalecer setores industriais domésticos ao fornecer economias de escala na produção. Os autores também indicam benefícios para as firmas sob o ponto de vista comportamental: ao entender as necessidades dos clientes externos, as empresas nacionais podem gerar melhorias e mesmo desenvolver novos produtos.

Este mesmo aspecto é apontado por Czinkota (1994), que assinala que, por meio da atividade exportadora, a firma se tornaria mais sensível a diferentes estruturas de demanda e dimensões culturais, provando a sua habilidade em sobreviver em ambientes menos familiares e com maiores custos de transação, o que a torna mais competitiva no ambiente doméstico. O autor destaca ainda, em uma visão alinhada com as teorias comportamentais de internacionalização (Johanson e Vahlne, 1977; Johanson e Wiedersheim-Paul, 1975), que como a exportação é apenas uma das formas de realizar negócios internacionais, ela pode levar a diferentes estratégias de inserção externa, como investimento direto estrangeiro (IDE), *joint-ventures*, franquias ou licenciamento de marca, que contribuem para o crescimento e fortalecimento econômico da firma e, de forma agregada, do país. Czinkota (1994) retoma ainda razões econômicas, como a possibilidade de que as firmas, por meio da exportação, se beneficiem da diversificação de mercados, pelas diferentes taxas de crescimento em mercados distintos, ganhando ainda mais estabilidade ao não depender de nenhum mercado em particular.

3 MÉTODO DE PESQUISA

Para serem elegíveis para esta revisão de literatura, os artigos precisavam ter natureza empírica. Entretanto, estudos de caso não foram considerados. Adicionalmente, os artigos precisavam ter entre seus constructos de interesse central o apoio à exportação, como uma variável-chave, dependente ou independente em estudos com foco microeconômico – relacionados ao estudo da firma ou de *export ventures*, de forma que trabalhos que adotavam recortes analíticos mais amplos, como setorial, regional ou nacional não foram considerados. Foram incluídos na revisão artigos publicados entre 1992 e 2011, abrangendo assim os últimos vinte anos de produção sobre o tema. O ano de 1992 foi estabelecido como referência para o início do período porque o trabalho de Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse (1993), última revisão sobre o tema identificada, englobou o período compreendido entre 1971 e 1991.[4]

A busca pelos artigos foi feita em bases de dados bibliográficas[5] e outros recursos disponíveis, como o Google Scholar, tendo sido bastante eficiente em identificar trabalhos que tivessem expressões associadas ao fenômeno do apoio à exportação, tais como *export promotion*, *export assistance* e *export programmes* entre as suas palavras-chave, título e resumo. Com base nas citações constantes nesses trabalhos, foi ainda feita uma nova busca manual para captar trabalhos que pudessem não ter sido alcançados pelas primeiras buscas. Inicialmente, apenas publicações em inglês foram consideradas, mas um estudo publicado em espanhol foi identificado a partir desta análise das referências dos artigos, tendo assim sido incluído no grupo de pesquisas revisadas.

Um total de 25 artigos foi identificado por esses critérios de busca. Estes trabalhos foram publicados em dezesseis periódicos diferentes, dentre os quais cinco eram de Economia, quatro de Negócios Internacionais, cinco de Administração e dois de *Marketing*. O número relativamente elevado de publicações da área de Economia se justifica pelo fato de que, no período compreendido entre 2008 e 2011, dois autores da área – Volpe Martincus e Carballo – publicaram cinco diferentes estudos que estimavam

4. Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse (1993) não evidenciam em seu trabalho o método usado para a identificação dos artigos que foram por eles revisados. Adicionalmente, a análise feita pelos autores, ainda que aponte as lacunas e problemas metodológicos das pesquisas revisadas, não segue uma metodologia sistemática de análise da produção como a adotada neste trabalho, uma vez que foca prioritariamente a discussão nas dimensões usadas para avaliar o apoio à exportação.

5. Foram usadas na busca as seguintes bases bibliográficas: *Journal storage* (JSTOR), EBSCO, Emerald Insight e ScienceDirect.

o impacto de programas de apoio à exportação no desempenho exportador das firmas em países distintos da América Latina.

Ainda que não possa ser considerada uma identificação completa da população de trabalhos ligados ao tema, os procedimentos adotados para a revisão certamente asseguram que os artigos selecionados identificam bem o estado atual do conhecimento sobre o apoio à exportação. Os 25 artigos foram elaborados por autores de diversas partes do mundo. O quadro 1 lista, em ordem cronológica, os trabalhos que foram identificados e que serão revisados neste trabalho.

QUADRO 1
Lista dos artigos identificados

Kotabe e Czinkota (1992)	Wilkinson e Brouthers (2006)
Naidu e Rao (1993)	Volpe Martincus e Carballo (2008)
Singer e Czinkota (1994)	Shamsuddoha, Ali e Ndubisi (2009)
Czinkota e Crick (1995)	Sousa e Bradley (2009)
Gray (1997)	Volpe Martincus e Carballo (2010a)
Seringhaus (1998)	Volpe Martincus e Carballo (2010b)
Gençtürk e Kotabe (2001)	Volpe Martincus e Carballo (2010c)
Ahmed *et al.* (2002)	Durmuşoğlu *et al.* (2011)
Fischer e Reuber (2003)	Freixanet (2011)
Spence (2003)	Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011)
Alvarez (2004)	Leonidou, Palihawadana e Theodosiou (2011)
Collins-Dodd e Francis (2004)	Volpe Martincus e Carballo (2011)
Lages e Montgomery (2005)	****

Elaboração dos autores.

A análise do quadro 1 evidencia que o número de artigos cresceu significativamente na segunda década do período analisado: sete artigos empíricos sobre apoio à exportação foram identificados entre 1992 e 2001, enquanto os dezoito restantes foram publicados após 2002. Em um trabalho em que fizeram uma avaliação integrativa da pesquisa em exportações entre 1960 e 2007, Leonidou e Katsikeas (2010) apontaram que o apoio ou a promoção governamental às exportações foi uma das áreas que recebeu particular atenção, mas apontaram a importância decrescente do tópico ao longo do período, chegando inclusive a sugerir que o campo poderia ter atingido um ponto de saturação. Entretanto, para a revisão ora realizada, observou-se que o período recente trouxe um novo fôlego ao tema, com onze novos artigos publicados desde 2007. Ainda que os trabalhos estejam bastante concentrados entre os anos de 2007 e 2011, optou-se

por dividir o período em dois subperíodos de igual duração, para melhor evidenciar a evolução das tendências de pesquisa na área.

A avaliação do conteúdo de cada artigo foi feita de acordo com um mesmo método de análise, conduzido por um especialista no tema e supervisionado por um acadêmico com ampla experiência na área de Negócios Internacionais. Os critérios adotados para análise dos trabalhos foram objetivos, o que minimiza a possibilidade de interferência das percepções dos autores que atuaram na codificação.

O protocolo adotado para codificação envolveu, além da identificação de autores e periódicos de origem dos estudos, aspectos maiores, como: *i*) objetivo da pesquisa; *ii*) perspectiva teórica; *iii*) unidade de análise; *iv*) *locus* empírico; *v*) número de países envolvidos; *vi*) indústrias contempladas; *vii*) porte das firmas; *viii*) forma de coleta de dados; *ix*) técnica de tratamento dos dados; *x*) dimensão temporal; e *xi*) método de avaliação. Alguns dos trabalhos revistos não informavam explicitamente alguns desses aspectos, especialmente em relação à perspectiva teórica, às indústrias e ao porte das firmas estudadas. Nesses casos, os autores optaram por não fazer inferências sobre a categorização, reputando na análise como "não informado".

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DESCRITIVOS

Esta seção apresenta os resultados do estudo em relação a cada um dos aspectos analisados pelo protocolo definido na seção 3.

4.1 PRINCIPAIS PERIÓDICOS E *LOCI* DE PESQUISA

Dentre os artigos identificados, mais de 60% estavam concentrados em sete periódicos: *International business review, journal of international marketing, journal of business research, international marketing review, small business economics, european journal of marketing e Journal of international business studies*, entre os dezesseis que publicaram artigos sobre o tema, como sintetiza a tabela 1. Notadamente, a área de Negócios Internacionais é a que concentra um maior número de publicações.

Em 1993, Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse (1993) afirmaram que mais de metade dos estudos sobre promoção à exportação havia sido feita nos Estados Unidos e

no Canadá, refletindo exclusivamente as experiências desses países. A análise do primeiro subperíodo não evidencia alterações em relação ao ponto indicado pelos autores, pois seis dos oito artigos tiveram como *loci* empírico países da América do Norte. Os dados referentes a 2002-2011, contudo, mostram maior equilíbrio entres os contextos de pesquisa, pela expansão dos trabalhos feitos não apenas no âmbito de outros países industrializados, como é o caso da Europa, mas também em outros continentes onde predominam países emergentes e em desenvolvimento: nove (50%) dos trabalhos do período foram feitos na Ásia ou na América Latina. Ainda assim, a ampliação dos *locus* geográficos de estudos continua a ser uma necessidade apontada pelos autores da área.

TABELA 1
Periódicos com artigos sobre apoio à exportação

Área	Periódico	Número de artigos	**Total de artigos**
Economia	*Journal of international economics*	1	**5**
	Journal of development economics	1	
	The world economy	1	
	Review of world economics	1	
	The Journal of International trade & economic development	1	
Negócios internacionais	*International business review*	3	**10**
	Journal of international marketing	3	
	International marketing review	2	
	Journal of international business studies	2	
Administração	*Journal of business research*	2	**7**
	Small business economics	2	
	Academia revista latinoamericana de administración	1	
	Journal of enterprise information management	1	
	International small business journal	1	
Marketing	*European journal of marketing*	2	**3**
	Industrial marketing management	1	

Elaboração dos autores.

Uma recomendação adicional feita por alguns autores é a adoção de uma perspectiva comparativa entre diferentes países (Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse, 1993; Seringhaus, 1986). A despeito disso, os dados da tabela 2 apontam para o fato de que os pesquisadores têm optado predominantemente por estudos em um único contexto, possivelmente seguindo as indicações de Cavusgil (1984), que sugere esta opção para que seja possível lidar com uma amostra mais homogênea diante de variações do macroambiente.

TABELA 2
***Loci* de pesquisa adotados na área**

Aspectos	1992-2001	2002-2011
Loci empírico		
América do Norte	6	3
Europa	1	6
Ásia	0	2
América Latina	0	7
Outros	1	0
Número de países envolvidos		
1	6	18
2	1	0
3 ou +	0	0

Elaboração dos autores.

4.2 DESENHO E ESCOPO DA PESQUISA

Os trabalhos empíricos sobre apoio à exportação tiveram dois objetivos: a análise do impacto das medidas adotadas e a tentativa de obter a melhor base de segmentação para que as firmas possam receber o apoio dos programas mais adequados às suas necessidades. Estes trabalhos ocorreram em escala bastante reduzida em relação ao primeiro grupo: dentre os 25 artigos revistos, apenas três dedicaram-se à construção de bases para segmentação. No período entre 2002 e 2011, o aumento expressivo dos trabalhos empíricos se deu pelo volume de novas publicações que tinham como objetivo avaliar o impacto das medidas tomadas para fomento às exportações.

Cada um dos trabalhos dedicados à segmentação optou por uma unidade de análise distinta, evidenciando escassa convergência conceitual e metodológica entre esse grupo de autores. Os estudos de impacto tiveram, em ampla maioria, a firma como unidade de análise. Na literatura de negócios internacionais, os estudos têm tradicionalmente se alternado entre duas opções: a operação específica que abranja um determinado produto/serviço ou uma determinada linha de produtos/serviços relacionados para um determinado país de destino, usualmente designada por *export venture*, e a firma.[6]

6. Leonidou, Katsikeas e Samiee (2002) fizeram uma meta-análise em que 86% dos estudos revistos haviam usado a firma como unidade de análise, e apenas 14% haviam optado pela *export venture*, predominância que foi observada na pesquisa sobre apoio à exportação, como aponta a tabela 3.

TABELA 3
Objetivo e unidade de análise dos trabalhos

Objetivo	Número de artigos		Unidade de análise	Número de artigos	
	1992-2001	2002-2011		1992-2001	2002-2011
Segmentação	2	1	Firma	1	0
			Gestores	1	0
			Proprietários	0	1
Análise de impacto	5	17	Firma	5	15
			Export venture	0	2

Elaboração dos autores.

Considerando que a inserção como exportadoras de firmas que ainda não possuem nenhuma atividade internacional figura entre os objetivos de grande parte dos programas de apoio à exportação, e considerando adicionalmente que as pequenas e médias empresas (PMEs) usualmente são mais avessas à atividade internacional, uma vez que enfrentariam mais barreiras para atingir o mercado externo (Collins-Dodd e Francis, 2004), seria razoável supor que estudos específicos para estas firmas tenham sido realizados. Nesse sentido, buscou-se verificar como os trabalhos empíricos se distribuíram entre os diferentes portes de empresa, como sumariado na tabela 4.

TABELA 4
Distribuição dos estudos por porte das firmas analisadas

Porte	1992-2001	2002-2011	**Total de artigos**
PME	0	7	**7**
Grandes empresas	0	0	**0**
Amostras mistas	6	11	**17**
Não informado	1	0	**1**

Elaboração dos autores.

Os resultados indicam, entretanto, que apenas sete dos trabalhos foram especificamente focados em PMEs. Um dos artigos não foi claro quanto ao porte das empresas estudadas, e nenhum trabalho foi nomeadamente dedicado a grandes empresas. Aproximadamente 70% dos artigos optaram pela utilização de amostras mistas, com empresas de portes diversos.

Outro recorte analítico investigado neste trabalho foi quanto aos setores estudados. A identificação das indústrias a que pertenciam as organizações analisadas não foi uma preocupação unânime dos autores, visto que 20% dos artigos não fizeram menção a esta questão. Foi dominante – ainda que a tabela 5 não o revele – a opção por setores de manufatura. Poucas exceções contemplaram o setor agrícola e florestal, como Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011).

TABELA 5
Distribuição dos trabalhos por indústria

Setores	1992-2001	2002-2011	**Total de artigos**
Único setor	0	1	**1**
Múltiplas	6	13	**19**
Não informado	1	4	**5**

Elaboração dos autores.

Mais de 75% dos estudos focaram em múltiplos setores, e apenas um dos trabalhos abordou um segmento único: Collins-Dodd e Francis (2004), que analisaram o impacto dos programas canadenses voltados para o setor de tecnologias de informação e comunicação (TICs).

Por fim, a análise do desenho e escopo da pesquisa averiguou quais as principais perspectivas teóricas que fundamentaram as pesquisas empíricas conduzidas, o que é feito na tabela 6.

TABELA 6
Perspectivas teóricas adotadas na pesquisa em apoio à exportação[1]

Perspectiva teórica	1992-2001	2002-2011	**Total de artigos**
RBV	1	8	**9**
Teorias comportamentais	2	3	**5**
Teoria contingencial	0	1	**0**
Não informado	4	10	**14**

Elaboração dos autores.

Nota: [1] A visão baseada em recursos *resource-based view* – (RBV) basicamente descreve a firma pela perspectiva de sua dotação e desenvolvimento de recursos, adotando assim uma visão *inside-out* em detrimento de uma visão *outside-in* da empresa. Por teorias comportamentais a tabela refere-se basicamente ao Modelo de Uppsala, que sugere que a firma primeiramente se desenvolve no mercado doméstico e que a internacionalização é resultado de uma série de decisões incrementais que significam comprometimentos de recursos sucessivamente maiores e levam a diferentes experiências de mercado e informações para a firma. A teoria contingencial tem em seu cerne a ideia de que o desempenho pode ser melhorado por diferentes formas, dependendo da situação em que se encontrar a firma.

Os trabalhos foram predominantemente baseados na visão fundamentada em recursos (RBV) (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984) e nas teorias comportamentais da internacionalização (Johanson e Vahlne, 1977; Johanson e Wiedersheim-Paul, 1975): o somatório dos artigos produzidos com base nestas duas vertentes representa mais de 40% dos estudos revistos e, ainda mais importante, a quase totalidade dos artigos que tiveram a preocupação de explicitar a base teórica adotada. As duas teorias foram usadas simultaneamente por três estudos que nelas fundamentaram as suas hipóteses para teste empírico, o que explica o fato de a última coluna da tabela 6 somar mais de 25. Além desses onze trabalhos, apenas mais um enfatizou a vertente teórica subjacente ao teste empírico: Lages e Montgomery (2005), que adotaram a teoria contingencial, de modo

que mais da metade dos estudos não teve a preocupação de explicitar este aspecto no texto. Esta tendência foi mais prevalente nos estudos mais antigos sobre o tópico.

4.3 TÉCNICAS DE COLETA E TRATAMENTO DE DADOS

Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse (1993) enfatizaram a possibilidade de que os resultados de pesquisas em desempenho exportador baseadas em *surveys* reflitam mais as diferenças nas percepções que as diferenças de desempenho das firmas, destacando ainda que análises de impacto de apoio à exportação publicadas têm sido predominantemente baseadas em medidas de opinião em detrimento de medidas de desempenho. Para Brewer (2009), os *surveys* poderiam ser insatisfatórios para investigar os impactos de programas de promoção pelo próprio fato de que as empresas podem ser reticentes em criticar programas que em muitas ocasiões não geram custos para elas. A despeito destas limitações, os *surveys* permanecem, mesmo entre 2002 e 2011, como a fonte primária de coleta de dados no tópico, refletindo assim uma tendência da pesquisa em desempenho exportador de forma geral, como destacaram Sousa, Martínez Lópes e Coelho (2008).

TABELA 7
Técnicas de coleta de dados adotadas

Técnica	1992-2001	2002-2011	**Total de artigos**
Survey	7	12	**19**
Dados secundários	0	5	**5**
Survey + dados secundários	0	1	**1**

Elaboração dos autores.

Ainda que pesquisas baseadas em *surveys* sejam capazes de captar medidas objetivas, na revisão realizada para este tópico observou-se que a opção principal dos pesquisadores foi pela coleta de medidas subjetivas de desempenho exportador. Os *surveys* foram predominantemente usados não somente para captar as medidas de desempenho como também, em muitas ocasiões, os autores consultaram os próprios gestores das firmas para ter a indicação da participação ou não das firmas em determinados programas.

Alguns casos recentes, entretanto, em que pesquisadores internacionais tiveram acesso aos microdados de exportação e participação de firmas nos programas (Volpe Martincus e Carballo, 2008, 2010a, 2010b, 2010c, 2011) alteraram este cenário ao

longo da última década. Esses são estudos que puderam trabalhar com dados objetivos derivados de fontes secundárias para a operacionalização dos constructos de interesse. Caso adicional que merece atenção é o de Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011), que foi o único identificado a associar o uso de medidas objetivas de desempenho obtidas em bases de dados oficiais e as medidas subjetivas obtidas por meio de *survey*, que permitiram assim aos autores investigar outras dimensões do desempenho, como em relação à contribuição dos programas para o alcance dos objetivos estratégicos da firma. Além de dados de origem diferentes e também em decorrência disso, estes trabalhos contam com metodologias distintas de análise das até então tradicionalmente utilizadas.

A tabela 8 define as técnicas de tratamento de dados usadas pelos pesquisadores da área.

TABELA 8
Técnicas de tratamento de dados adotadas

Técnica	1992-2001	2002-2011	**Total de artigos**[1]
Descritivas	1	1	**2**
Uni ou bivariada	3	3	**6**
Multivariada	3	9	**12**
Propensity score matching	0	6	**6**

Elaboração dos autores.

Nota: [1] O somatório de artigos da coluna "total de artigos" excede o número de 25 em virtude do cômputo de duas diferentes técnicas para o artigo de Freixanet (2011), que usou duas técnicas para o teste de hipóteses. Em outros artigos revistos também foram usadas estatísticas descritivas, mas apenas este trabalho teve a codificação diferenciada em função do uso de mais de uma técnica para os testes das hipóteses, situação distinta dos demais casos.

Merece destaque o fato de que nos dois subperíodos o uso de técnicas mais simples, como estatísticas descritivas e análises univariadas ou bivariadas, se altera substancialmente: ele se reduz de 57% para pouco mais de 20% entre 2002 e 2011. Esta constatação soma-se aos resultados obtidos por Leonidou e Katsikeas (2010) que verificaram, em uma análise ampla sobre a pesquisa em exportações, que as técnicas meramente descritivas e as análises univariadas e bivariadas perderam espaço entre a década de 1990 e os anos 2000 para as técnicas multivariadas. Ainda que estas técnicas tenham analogamente sido as mais relevantes no período recente para as investigações empíricas em apoio à exportação, a emergência do uso de técnicas mais robustas como as análises multivariadas e o *propensity score matching* vem sendo observada com atenção.

A tabela 9 retrata a dimensão temporal dos estudos revistos. Os trabalhos longitudinais ainda são minoritários em relação aos estudos de orientação transversal e somente passaram a ser realizados no segundo subperíodo, 2002-2011.

TABELA 9
Dimensão temporal dos estudos sobre apoio à exportação

Orientação	1992-2001	2002-2011
Transversal	7	11
Longitudinal	0	7

Elaboração dos autores.

Os programas públicos de apoio à exportação apresentam diferentes configurações entre os países, de forma que é digna de nota a diversidade de instrumentos utilizados. Considerando que a forma de classificação adotada pelos autores resta por afetar o modo como é operacionalizada a pesquisa empírica dedicada a investigar o impacto dos programas no desempenho exportador, foram avaliados os métodos de análise adotados nos artigos revistos de acordo com a estrutura proposta por Seringhaus (1986). Segundo esta estrutura conceitual, apresentada no quadro 2, haveria quatro tipos de metodologias possíveis para a avaliação de serviços e programas de apoio à exportação.

QUADRO 2
Método de avaliação de impacto de programas de apoio à exportação[1]

Metodologia		
Constructo assistência à exportação	Global	Mede conjuntamente todos os serviços ou programas de assistência às exportações oferecidos pelo governo
	Global específico	Mede conjuntamente os serviços ou programas com propósitos similares, como, por exemplo, aqueles que fornecem informação objetiva para planejar as exportações
	Individual	Mede uma assistência individual fornecida por um serviço ou programa
	Específico	Mede uma assistência específica fornecida por um programa específico

Fonte: Seringhaus (1986).

Nota: [1] A questão do método de avaliação e a diferença existente entre eles podem ser mais bem compreendidas por alguns exemplos. Um trabalho global é aquele que mede o impacto de uma série de programas de apoio à exportação de um país ao mesmo tempo, de modo que os efeitos de programas de natureza informacional, como treinamentos e divulgação de cartilhas sobre o processo de exportação, e de programas de financiamento são medidos e avaliados conjuntamente, em uma abordagem que claramente desconsidera as especificidades de cada programa, e cujos resultados não podem ser usados para o aperfeiçoamento particular de um ou mais programas. Já no método global específico, diversos programas são avaliados simultaneamente, mas eles são agrupados de acordo com a sua natureza, de modo que podem ser medidos, a título de ilustração, os efeitos de um conjunto de programas de financiamento, sem que os resultados possam apontar questões em um programa de financiamento específico, mas sim nos programas de financiamento existente no *locus* empírico adotado. A assistência individual, por seu turno, se dedica a verificar os efeitos de um programa ou serviço de apoio existente, como os serviços dos escritórios no exterior de agências de apoio às exportações no desempenho exportador das firmas apoiadas em um determinado período, permitindo assim que as evidências empíricas resultantes da pesquisa sejam usadas para eventuais ajustes no programa analisado. Por fim, estudos que optam por avaliar a assistência específica preocupam-se com um evento específico, como uma determinada missão comercial promovida em um novo país de destino.

Todos os artigos foram assim avaliados de acordo com esta metodologia, e os resultados são expostos na tabela 10.

Os dados da tabela 8 evidenciam que grande parte dos artigos optou por avaliações "globais". Em termos mais operacionais, esta opção significa que todos os instrumentos foram avaliados de forma conjunta, de modo que o impacto foi avaliado nestes casos pela simples participação da firma em algum programa público de apoio à exportação, sem diferenciação pela natureza do instrumento. Igualmente, as análises indicam que

houve um aperfeiçoamento das pesquisas ao longo do tempo neste aspecto, dado que nenhuma análise individual havia sido feita entre 1992 e 2001, e o período seguinte 30% dos trabalhos fundamentaram-se nesta perspectiva analítica. Ainda assim, as análises globais foram mais da metade dos trabalhos deste último período.

TABELA 10
Distribuição da pesquisa de acordo com o método de investigação

Método	1992-2001	2002-2011	**Total de artigos**
Global	2	9	**11**
Global específico	2	1	**3**
Individual	0	6	**6**
Específico	1	1	**2**
Não se aplica[1]	2	1	**3**

Elaboração dos autores.

Nota: [1] No campo "não se aplica" foram codificados os dois trabalhos revisados que se dedicaram à segmentação de empresas para o recebimento do apoio à exportação e que, portanto, estão excluídos da análise dos artigos realizada de acordo com o quadro 4.

Uma das possíveis causas da escolha preponderante pelas análises globais é a dificuldade em obter amostras significativas e que permitam a realização de análises individuais. De fato, como indica a tabela 11, grande parte dos estudos feitos nos últimos vinte anos contou com amostras muito reduzidas de firmas, o que resta por impactar não apenas os métodos de análise, como também a utilização de técnicas estatísticas mais robustas, como ilustrou a tabela 8.

A análise tabela 11 evidencia que, nos dois subperíodos de análise – 1992 a 2001 e 2002 a 2011 –, as amostras foram bastante reduzidas na maior parte dos artigos revistos. No primeiro subperíodo, registram-se exceções para Naidu e Rao (1993) e Czinkota e Crick (1995), feita a ressalva, para este último caso, por se tratar de um estudo comparativo entre países, de forma que a amostra reportada na tabela é a soma da amostra dos Estados Unidos e da amostra do Reino Unido. No último subperíodo, destacam-se com amostras maiores os trabalhos de Lages e Montgomery (2005) e os cinco artigos da lavra de Volpe Martincus e Carballo. Mesmo que em dois dos trabalhos destes autores o número de empresas não tenha expressado o número de firmas da amostra, como em todos os casos a investigação empírica envolveu toda a população de empresas exportadoras dos países estudados, é possível afirmar que mais de quinhentos empresas foram estudadas também nestes casos.

TABELA 11
Tamanho da amostra utilizada pelos estudos empíricos de promoção às exportações

Artigo	Tamanho da amostra
Kotabe e Czinkota (1992)	162
Naidu e Rao (1993)	777
Singer e Czinkota (1994)	89
Czinkota e Crick (1995)	590
Gray (1997)	413
Seringhaus (1998)	230
Gençtürk e Kotabe (2001)	162
Ahmed *et al.* (2002)	53
Fischer e Reuber (2003)	188
Spence (2003)	113
Alvarez (2004)	295
Collins-Dodd e Francis (2004)	183
Lages e Montgomery (2005)	519
Wilkinson e Brouthers (2006)	98
Volpe Martincus e Carballo (2008)	60.271
Shamsuddoha, Ali e Ndubisi (2009)	203
Sousa e Bradley (2009)	287
Volpe Martincus e Carballo (2010a)	Não informado[1]
Volpe Martincus e Carballo (2010b)	11.3991
Volpe Martincus e Carballo (2010c)	2.088
Durmuşoğlu *et al.* (2011)	143
Freixanet (2011)	272
Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011)	73
Leonidou, Palihawadana e Theodosiou (2011)	223
Volpe Martincus e Carballo (2011)	Não informado[1]

Elaboração dos autores.

Nota: [1] Os trabalhos feitos por Volpe Martincus e Carballo (2008, 2010b) cobrem toda a população de exportadores do Peru e da Colômbia, respectivamente. Contudo, o texto dos artigos não é explícito quanto ao número exato de firmas na amostra, de modo que os números apresentados na tabela são o somatório das firmas no último ano do período analisado em cada um dos trabalhos, indicados como uma aproximação do real número de empresas na amostra. Já em Volpe Martincus e Carballo (2010a, 2011) os artigos cobrem, respectivamente, toda a população de exportadores do Chile e da Costa Rica, não sendo, entretanto, explícitos quanto ao número de empresas analisado.

5 DISCUSSÃO

Esta seção tem como objetivo discutir os principais pontos da seção anterior e identificar questões e opções metodológicas que ainda exigem maiores esforços dos pesquisadores.

5.1 PRINCIPAIS PERIÓDICOS E *LOCI* DE PESQUISA

A literatura sobre apoio à exportação teve sua produção recente concentrada em periódicos de Negócios Internacionais, *Marketing* e Administração. A participação

relevante de periódicos da área de economia no período se justifica pela produção intensa nos últimos cinco anos de dois autores da área, Volpe Martincus e Carballo. É interessante observar que a atuação destes autores impactou de forma relevante outros dois indicadores: os *loci* empírico e as técnicas usadas.

Como ilustrou a tabela 2, o período compreendido entre 1992 e 2001 não teve nenhum estudo realizado na América Latina, enquanto sete publicações empíricas sobre o tema foram identificadas no período subsequente. Dessas sete publicações, cinco foram de autoria de Volpe Martincus e Carballo, e envolveram Chile, Costa Rica, Uruguai, Peru e Colômbia. As duas outras publicações identificadas foram Alvarez (2004) e Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011), ambas feitas no contexto chileno.

A expansão dos *loci* empírico foi observada também para o caso asiático que, como a América Latina, não tinha recebido o interesse de nenhum trabalho entre 1992 e 2001, e teve dois trabalhos posteriormente: Ahmed *et al.* (2002) e Shamsuddoha, Ali e Ndubisi (2009), que trataram respectivamente do caso da Malásia e de Bangladesh.

Mesmo estes esforços de diversificação ainda não foram suficientes para contemplar casos que permanecem merecendo maior atenção dos pesquisadores. Países que figuram entre os maiores exportadores mundiais, como é o caso do Brasil, permanecem sem estudos realizados. Exceção feita à Malásia, que ocupava em 2010 o 23º lugar no *ranking* dos maiores exportadores mundiais, nenhum desses países se assemelha ao Brasil, em termos de representatividade no comércio mundial. Mesmo no caso de uma eventual comparação com o caso malaio, há que se ter em mente que se trata de *loci* bastante distintos de pesquisa pela importância dos países na economia mundial, uma vez que o Produto Interno Bruto (PIB) da Malásia foi em 2010 de pouco mais que 11% do PIB brasileiro no mesmo ano. Nesse sentido, além do caso do país, são interessantes ainda estudos sobre outros países emergentes que figuram entre os maiores exportadores do mundo, como México, Índia e Austrália, que permanecem sem estudos realizados.

Ainda no que concerne aos *loci* de pesquisa, não foram identificados estudos comparativos entre países nos anos de 2002 a 2011. Tal constatação pode ser atribuída a alguns óbices claros. A complexidade conceitual e metodológica desta natureza de trabalhos pode ser uma justificativa bastante plausível para a sua aparente extinção.

Soma-se a isso o fato de que os instrumentos, programas e serviços de apoio à exportação existentes nos diversos países podem não ser exatamente iguais entre si, tendo em vista a sua diversidade de objetivos, focos de interesse das políticas públicas e mecanismos de implantação. A despeito disso, algumas classificações abrangentes já foram propostas em estudos mais teóricos e prescritivos sobre o tema, como em Cavusgil e Poh-Lin Yeoh (1994) e Naidu *et al.* (1997). Existe ainda uma taxonomia proposta pela Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento – United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (World Investment Report, 2006). Algum esforço por parte dos pesquisadores poderia ser empreendido no sentido de retomar estes estudos, visto que os resultados poderiam gerar *insights* interessantes para os formuladores de políticas públicas, observada a advertência de Naidu *et al.* (1997) quanto ao fato de que a mera transposição de políticas adotadas em um país para um contexto diferente pode não alcançar a efetividade tida nas experiências originais.

5.2 DESENHO E ESCOPO DA PESQUISA

A maioria dos trabalhos empíricos realizados se destinou à avaliação de impacto das políticas de apoio à exportação: apenas três das 25 pesquisas identificadas dedicaram-se ao teste das melhores bases para segmentação de empresas a serem apoiadas pelos governos (Fischer e Reuber, 2003; Gray, 1997; Naidu e Rao, 1993). Estas contribuições são importantes especialmente sob o ponto de vista dos governos, uma vez que é impossível conceber e implementar um programa que seja solução universal para todas as empresas de um país.

É preciso situar, entretanto, que estes estudos preocupam-se com um momento *ex ante* das políticas de apoio à exportação, sendo, da forma como foram apresentados, de contribuição limitada para o momento de avaliação das políticas. Estudos congêneres poderiam avançar relacionando as bases de segmentação utilizadas pelos governos para a oferta de um determinado programa ao desempenho exportador das firmas por ele apoiadas, avaliando assim de forma integrada o alinhamento entre o modelo utilizado e o desempenho obtido. Resultados de pesquisas com este foco, avaliando o modelo de segmentação que é usado pelos governos, poderiam contribuir com maior efetividade para a elaboração de políticas públicas mais efetivas para a promoção à exportação. Na revisão realizada, não foram identificados estudos que tenham adotado esse desenho mais completo de pesquisa.

A unidade de análise adotada pela ampla maioria dos estudos dedicados à avaliação de impacto foi a firma. Uma possível justificativa para tal predominância metodológica pode ser atribuída ao fato de que, para diversos autores, o impacto dos programas de apoio à exportação não se manifesta diretamente no desempenho exportador, mas sim indicam que, em última análise, o objetivo dos programas de apoio à exportação não é melhorar o desempenho exportador, mas garantir à firma recursos e competências que seriam essenciais para sua inserção internacional (Gençtürk e Kotabe, 2001; Leonidou, Palihawadana e Theodosiou, 2011; Shamsuddoha, Ali e Ndubisi, 2009).

Dois estudos adotaram a *export venture* como unidade de análise: Lages e Montgomery (2005); Sousa e Bradley (2009). Tais autores justificam sua opção pelo fato de que entrevistas exploratórias realizadas na fase inicial da pesquisa indicaram que as firmas tipicamente usariam a assistência à exportação recebida para o desenvolvimento de estratégias específicas para a sua principal *export venture*, de modo que as *export ventures* secundárias não se beneficiariam diretamente da assistência recebida, por não terem estratégias próprias definidas ou por terem estratégias apenas definidas em decorrência da principal *venture*. Sousa e Bradley (2009), por seu turno, adotam a *export venture* em decorrência da possibilidade de que diferentes *export ventures* apresentem resultados e características diferentes, o que dificultaria assim aos gestores que responderam à pesquisa a atribuir respostas precisas no questionário se os resultados fossem indicados em função do desempenho exportador da firma como um todo.

Esta opção metodológica pode fazer sentido no caso de amostras com pouca representatividade de firmas de grande porte, mas exige análises adicionais no caso de avaliações em que as empresas sejam de porte maior ou mesmo já possuam uma razoável diversificação de produtos exportados e de mercados de destino e sofisticação de controle de resultados, em que a opção mais adequada seria mesmo a firma.

A análise das questões metodológicas nos trabalhos revisados seguiu apontando que 70% dos artigos optaram pela utilização de amostras mistas, com empresas de portes diversos. Considerando que os programas usualmente têm segmentos de empresas-alvo definidos *a priori*, uma interessante possibilidade seria a análise por porte e por instrumento, uma vez que análises realizadas de acordo com o método "global", que leva em conta o uso de qualquer instrumento sem discriminação, em amostras com firmas de portes diversos podem gerar resultados de utilidade restrita. No esteio destas

observações, revela-se oportuna a verificação de como o impacto do apoio à exportação se manifesta em relação a firmas de diferentes portes e graus de internacionalização, em pesquisas que buscassem assim responder a questões como: que tipos de firmas são mais beneficiados pelos programas? E quais firmas experimentam menos benefícios decorrentes da participação? Esta linha de pesquisa poderia ser seguida por meio da estimação dos efeitos de tratamento dos quantis.

Uma possível explicação para a constante opção por amostras mistas pode estar ligada ao fato de que a literatura sobre o tema tem adotado, frequentemente, o Grau de Internacionalização (GRI) como um fator influente no impacto dos programas de apoio à exportação (Durmuşoğlu *et al.*, 2011; Freixanet, 2011; Gençtürk e Kotabe, 2001; Kotabe e Czinkota, 1992; Leonidou, Palihawadana e Theodosiou, 2011; Shamsuddoha, Ali e Ndubisi, 2009; Singer e Czinkota, 1994). O GRI é conceituado na literatura sob formas distintas, podendo ser, entretanto, entendido simplificadamente como uma medida do envolvimento internacional da firma. Dessa forma, a opção predominante pelo GRI, ainda que não seja um sinônimo de porte, pode ter sido mais interessante para os pesquisadores da área, visto que o porte não é o único condicionante da inserção internacional das firmas, e mesmo grandes empresas podem se encontrar em estágios iniciais de seu processo de internacionalização. Ainda que a discussão teórica sobre a internacionalização das firmas tenha sido encorpada na década de 1990 por vertentes que desafiam a visão da internacionalização como um processo incremental com estágios sucessivos, com o advento das teorias sobre empreendedorismo internacional e das chamadas organizações *born globals* (Oviatt e McDougall, 1994; Rennie, 1993), apesar disso a exportação ainda permanece como a forma mais popular de ingresso nos mercados internacionais, de modo que se reputa adequado o conceito de processo de internacionalização para o objetivo deste trabalho.

A utilização de amostras mistas quanto à atividade econômica das firmas também foi predominante nos artigos investigados. Apenas um dos 25 trabalhos restringiu-se a um único setor (Collins-Dodd e Francis, 2004). Se a utilização de amostras mistas quanto à indústria não é um problema em si, as amostras reduzidas restam por limitar as possibilidades analíticas decorrentes desses trabalhos. Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011), por exemplo, usaram amostra de 73 PMEs de dois setores agrícola e florestal da região de La Araucária, no Chile. Shamsuddoha, Ali e Ndubisi (2009) lidaram com 203 PMEs de três setores identificados apenas como "orientados

para a exportação". Durmuşoğlu *et al.* (2011) contaram com 143 firmas na Turquia, primariamente PME, de 21 setores diferentes, e Leonidou, Palihawadana e Theodosiou (2011) analisaram 218 firmas industriais do Reino Unido. Outro exemplo de uso de amostras mistas é Freixanet (2011) com 272 empresas, de diversas indústrias da Catalunha, uma região espanhola. Surpreendentemente, cinco das pesquisas revistas não apresentaram qualquer informação quanto ao setor de atuação das firmas estudadas, o que é uma limitação severa, dado que a existência de características bastante distintas que podem ser influentes no desempenho exportador entre as atividades econômicas das firmas pode fazer com que uma comparação direta seja de difícil operacionalização.

Parte significativa dos trabalhos analogamente não foi explícita quanto à perspectiva teórica subjacente aos modelos testados. É mister destacar, entretanto, que a preocupação em definir claramente a teoria passou a ser mais presente no segundo subperíodo analisado, um aspecto positivo das análises feitas para este trabalho.

5.3 TÉCNICAS DE COLETA E TRATAMENTO DE DADOS

Assim como a pesquisa mais ampla sobre exportações, os trabalhos empíricos dedicados ao apoio à exportação foram predominantemente baseados em *surveys*. Uma vantagem desta opção é a possibilidade de capturar medidas objetivas e subjetivas, enquanto os dados secundários comumente são úteis apenas para medidas objetivas. Entretanto, críticas a esta opção já foram feitas por alguns autores, como Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse (1993) e Brewer (2009), como exposto na subseção 4.3. Há que se considerar que certamente essa opção metodológica não se deu exclusivamente ao acaso, mas sim diante da dificuldade dos pesquisadores em obter dados secundários com medidas objetivas de desempenho, uma vez que as informações sobre desempenho organizacional e sobre desempenho exportador não se encontram usualmente disponíveis para trabalhos acadêmicos, assim como não sói ser pública a relação das empresas apoiadas por cada tipo de programa ofertado pelo governo.

Esta realidade explica, em grande medida, a predominância por *surveys*, que foram usadas por mais de 70% dos artigos revistos. Alguns casos recentes, entretanto, em que pesquisadores internacionais tiveram acesso aos microdados de exportação e participação de firmas nos programas (Volpe Martincus e Carballo, 2008, 2010a, 2010b, 2010c, 2011) alteraram este cenário ao longo da última década. Esses são estudos

que puderam trabalhar com dados objetivos derivados de fontes secundárias para a operacionalização dos constructos de interesse. Caso adicional que merece atenção é o de Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011), que foi o único identificado a associar o uso de medidas objetivas de desempenho obtidas em bases de dados oficiais e as medidas subjetivas obtidas por meio de *survey*, que permitiram assim aos autores investigar outras dimensões do desempenho, como em relação à contribuição dos programas para o alcance dos objetivos estratégicos da firma. Além de dados de origem diferentes e também em decorrência disso, estes trabalhos usaram o *propensity score matching*, metodologia distinta de análise das até então tradicionalmente utilizadas.

Esta técnica apresenta algumas vantagens em relação às opções dos demais autores. Em editorial recente do *Journal of international business studies*, Reeb, Sakakibara e Mahmood (2012) alertam para o fato de que os trabalhos na área frequentemente padecem do problema de endogeneidade, dado que grande parte dos autores não contempla no seu desenho de pesquisa a questão da não aleatoriedade do tratamento. Como a pesquisa na área se preocupa basicamente em dar evidências sobre os efeitos causais de algum fenômeno em particular – como o apoio à exportação, por exemplo, Reeb, Sakakibara e Mahmood (2012) indicam que o desenvolvimento de um método que mais se aproxime de um experimento controlado é um desafio para os pesquisadores e uma das sugestões do editorial para superar esse problema é a utilização de abordagem do *matching*. O uso do *matching* evita o viés de seleção e permite que seja feito o controle por um conjunto de variáveis que envolvem, inclusive, o setor de atuação, o porte da firma e o grau de internacionalização, tratando ainda o problema causado pela impossibilidade de observar o desempenho para o caso de não recebimento de assistência pelas firmas que de fato foram apoiadas pelos programas. Entretanto, a sua adequada operacionalização está condicionada à disponibilidade de uma rica base de dados para os pesquisadores.

Neste mesmo sentido, dificuldades operacionais possivelmente afastam os autores de desenhos de pesquisa longitudinais. A despeito dessas questões, a necessidade de estudos empíricos longitudinais sobre o desempenho exportador não é comumente apontada apenas quando se trata do efeito de programas de apoio à exportação (Collins-Dodd e Francis, 2004; Czinkota e Crick, 1995; Freixanet, 2011; Majocchi, Bacchiocchi e Mayrhofer, 2005; Seringhaus, 1986), mas é também tida como um imperativo para o desenvolvimento das pesquisas em exportação em geral (Leonidou e Katsikeas,

2010; Matthyssens e Pauwels, 2001). Especialmente no caso do apoio à exportação, um questionamento pertinente quanto à adoção de desenhos de pesquisa transversais é a necessidade de que defasagens sejam utilizadas entre o período do recebimento do apoio e o período em que os efeitos do apoio no desempenho exportador são aferidos, pois, como alertam Skarmeas, Katsikeas e Schlegelmilch (2002), não se espera que o efeito da política se manifeste no desempenho econômico da empresa no mesmo ano em que foi utilizada. Esta opção, ainda que pareça bastante óbvia, não foi sempre adotada nas pesquisas sobre o tema, com algumas exceções como Collins-Dodd e Francis (2004), Volpe Martincus e Carballo (2008, 2010a, 2010b, 2010c) e Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011).

Usando a taxonomia proposta por Seringhaus (1986), os trabalhos empíricos foram avaliados ainda quanto a sua metodologia de investigação dos programas de apoio à exportação, tendo a maior parte dos artigos optado por uma avaliação global. Assim, o impacto seria medido da mesma forma para uma desoneração fiscal e para um programa de natureza informacional, por exemplo. É razoável supor que esta opção tenha algumas limitações, pois certamente são perdidos *insights* interessantes a respeito das diferentes modalidades de apoio, uma vez que algumas podem estar bem focadas e gerando bons resultados enquanto outras podem exigir remodelações ou mesmo novas condições de implementação. Como alertam Freixanet (2011) e Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011), há necessidade de aprofundar a avaliação de impacto do apoio à exportação com instrumentos individuais, com indicadores de desempenho apropriados para cada um dos programas.

Tal limitação, presente em diversos trabalhos, possivelmente é relacionada ao fato de que, para a realização de análises mais robustas no método "individual", são necessárias amostras maiores. Analogamente, a restrição em obter os dados necessários para a pesquisa parece atuar como limite também para a questão das técnicas de tratamento, o que se manifesta pela significativa incidência observada de trabalhos com técnicas descritivas e univariadas ou bivariadas – cerca de 30% das publicações revistas. Portanto, se a questão do tamanho da amostra e qualidade da base de dados são diretamente relacionadas às possibilidades de realização de pesquisas mais robustas, com recortes por porte e indústria e uso de avaliações individuais com técnicas estatísticas mais sofisticadas, os pesquisadores devem pautar a condução de suas futuras investigações sobre apoio à exportação neste aspecto.

5.4 DESAFIOS PARA FUTURAS PESQUISAS

As limitações discutidas nas seções anteriores parecem estar relacionadas com o fato de que resultados conflitantes já foram observados, como evidencia de modo mais claro o quadro A.1 do apêndice. A adoção de cuidados metodológicos tem permitido, entretanto, que trabalhos mais recentes tenham atingido resultados mais consistentes. Estes cuidados são resumidos nesta subseção.

Há necessidade de que os pesquisadores indiquem explicitamente qual a perspectiva teórica subjacente ao trabalho, de forma que as hipóteses de pesquisa e o método adotado possam ser contextualizados mais adequadamente.

Outro ponto que merece atenção trata do desenho da pesquisa, em que o porte das empresas que fazem parte da amostra e as suas respectivas atividades econômicas precisam ser enfatizados no texto, especialmente à luz do fato de que programas de apoio à exportação costumam ser desenhados de acordo com as necessidades e características das empresas. A não observação desse aspecto pode contribuir para que, por exemplo, resultados empíricos que indicam que os programas de apoio não tiveram efeito no desempenho exportador da firma apoiada não sejam considerados úteis, uma vez que eventualmente o programa analisado pode não ter mesmo entre seus alvos as empresas com o perfil das componentes da amostra. Neste mesmo sentido merece destaque o imperativo de que sejam adotadas amostras mais homogêneas em relação ao setor de atividade econômica, se considerado que diferentes indústrias são expostas de modo bastante heterogêneo às influências ambientais que também são intervenientes no desempenho exportador. A amostra ideal deve ser representativa a ponto de permitir a existência de grupos de contraste que representem diferentes setores, portes e mesmo níveis de envolvimento com a atividade internacional.

Mais de cinquenta fatores além do apoio à exportação já foram apontados na literatura como influentes no desempenho exportador das firmas.[7] A adoção de abordagens longitudinais de pesquisa precisa ser assim incorporada aos trabalhos futuros para evitar que persista aquela dificuldade em obter inferências válidas e conclusivas já observada em parte significativa dos trabalhos ora revisitados.

7. Para uma revisão, ver Sousa, Martínez-López e Coelho (2008) e Zou e Stan (1998).

A recomendação seguinte está ligada à técnica de coleta de dados adequada para estudos que lidem com desempenho exportador. Em virtude da muldimensionalidade do constructo, tanto as pesquisas exclusivamente baseadas em *surveys* como aquelas que usam exclusivamente dados secundários podem ser capazes de indicar apenas um aspecto do desempenho, de modo que idealmente as duas técnicas de coleta deveriam ser associadas pelos pesquisadores. Tal constatação não pode ser, contudo, dissociada da baixa viabilidade da consecução da técnica ideal de coleta, uma vez que os dados secundários usualmente são fornecidos aos pesquisadores em regime de confidencialidade que veda a indicação de nome e razão social das firmas, impedindo assim que dados obtidos por *surveys* pudessem ser associados aos dados objetivos. Isto posto, e diante da lacuna evidenciada na análise realizada, sugere-se que seja futuramente privilegiado o uso de dados objetivos, em especial para o caso de países que ainda não tenham sido alvo de investigações nesta abordagem.

Por fim, os pesquisadores deveriam buscar a adoção de técnicas mais robustas de tratamento dos dados, tais como as técnicas multivariadas, em especial a Modelagem de Equações Estruturais (MEE) e o *matching*. A opção pela MEE é recomendável em situações em que a abordagem longitudinal não é viável ao pesquisador e diante da constatação da existência de múltiplas relações simultâneas entre os constructos de interesse. O *matching*, por sua vez, permite a estimação de efeitos causais do tratamento dos programas e lida com o problema da endogeneidade, diante do fato de que grande parte das amostras usadas pelos pesquisadores não é aleatoriamente gerada. Não obstante a opção de tratamento quantitativo adotada pelos pesquisadores, é preciso ainda considerar que as pesquisas com método de avaliação individual ou específico (Seringhaus e Rosson, 1990) serão bastante mais úteis aos formuladores de políticas públicas pelo seu potencial de oferecer *insights* e *feedbacks* mais relevantes que os demais métodos.

6 CONCLUSÃO

Desde a primeira metade da década de 1970, os programas de apoio à exportação têm sido abordados por autores em investigações empíricas no nível da firma, tendo esta tendência de estudos persistido com mais robustez até a atualidade. Este trabalho teve como objetivo retomar o estado atual das questões ligadas à promoção de exportações e desenvolver um entendimento mais profundo do fenômeno. A análise feita indica que a produção evoluiu entre os dois subperíodos analisados em quantidade e em qualidade.

Os trabalhos mais antigos desta revisão, publicados entre 1992 e 2001, eram predominantemente concentrados na América do Norte, contavam com amostras bastante reduzidas e técnicas de análise simplistas, aplicadas transversalmente, além de não terem utilizado métodos de análise individual, de acordo com a estrutura proposta por Seringhaus (1986). Já no segundo período, observou-se uma expansão dos *loci* de pesquisa, a adoção de técnicas estatísticas mais robustas como as de análise multivariada e *propensity score matching,* o advento de estudos longitudinais e a incorporação de análises individuais de programas. Foi ainda possível constatar que os *surveys* deixaram de ser a forma única de coleta de dados usada pelos pesquisadores da área, que passaram a contar com bases de dados secundários objetivos. Esta mudança de padrão permitiu o maior uso de medidas objetivas para avaliar o desempenho de exportação das firmas, avançando assim em relação a um dos alertas feitos por Diamantopoulos, Schlegelmilch e Tse (1993).

Tais avanços representaram não apenas progresso de natureza estritamente metodológica, mas contribuíram para a melhor identificação dos reais efeitos das políticas de apoio à exportação. A análise sistemática da produção permite constatar que os estudos que incorporaram abordagens mais robustas tiveram mais êxito em suportar as hipóteses estabelecidas, que associavam a participação em programas de apoio à exportação a efeitos no desempenho exportador no nível da firma.

Esses avanços ainda não extinguiram alguns óbices que persistem limitando o desenvolvimento teórico na área. Mesmo com a incorporação de países emergentes aos contextos de pesquisa, alguns casos interessantes de nações que são destaque entre os maiores exportadores mundiais ainda não foram contemplados pelos pesquisadores. As amostras reduzidas foram observadas também em trabalhos bastante recentes, limitação que tem implicações não apenas metodológicas como analíticas. A associação de indicadores subjetivos e objetivos, como sugerido por Majocchi, Bacchiocchi e Mayrhofer (2005), só foi observada em um trabalho analisado de Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011). Outro aspecto que ainda merece muita atenção é a necessidade de estudos longitudinais, que permitam estimações mais confiáveis da causalidade entre as relações hipotetizadas nos estudos.

Estudos empíricos que contribuam para o melhor entendimento do desempenho exportador das firmas são necessários para que os governantes possam monitorar

adequadamente os benefícios das estratégias de apoio a exportações adotadas, evitando assim que novos ciclos de investimentos, que ocorrem à custa de recursos sempre limitados, se iniciem repetindo falhas anteriores. De forma subjacente a esta preocupação, há ainda o interesse público no fomento às exportações e ao desenvolvimento das empresas exportadoras nacionais como propulsoras do desenvolvimento do país e da sustentabilidade do crescimento da economia. Assim, e considerando que o apoio à exportação é uma das áreas em que a pesquisa em Negócios Internacionais pode gerar maiores contribuições que sejam simultaneamente úteis para os gestores de políticas públicas e para os *practitioners*, sugere-se que o desenvolvimento de novas pesquisas seja feito com base em um *framework* que contemple as questões levantadas neste trabalho, que podem ser úteis para a emergência de melhores investigações empíricas no futuro.

REFERÊNCIAS

AHMED, Z. U. *et al.* Export promotion programs of Malaysian firms: an international marketing perspective. **Journal of business research**, v. 55, n. 10, p. 831-843, 2002.

AHMED, Z. U.; JULIAN, C. C.; MAJAR, A. J. Export incentives and international entrepreneurship in Malaysian firms. **The international journal of entrepreneurship and innovation**, v. 7, n. 1, p. 49-57, 2006.

ALEXANDER, C.; WARWICK, K. Governments, exports and growth: responding to the challenges and opportunities of globalisation. **The world economy**, v. 30, n. 1, p. 177-194, 2007.

ALVAREZ, R. Sources of export success in small-and medium-sized enterprises: the impact of public programs. **International business review**, v. 13, n. 3, p. 383-400, 2004.

BARNEY, J. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of management**, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.

BAUMANN, R.; CANUTO, O.; GONÇALVES, R. **Economia internacional –** teoria e experiência brasileira. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

BRANDER, J. A.; SPENCER, B. J. Export subsidies and international market share rivalry. **Journal of international economics**, v. 18, n. 1-2, p. 83-100, Feb. 1985.

BREWER, P. Australia's export promotion program: is it effective? **Australian journal of management**, v. 34, n. 1, p. 125-142, 2009.

CAVUSGIL, S. T. Differences among exporting firms based on their degree of internationalization. **Journal of business research**, v. 12, n. 2, p. 195-208, 1984.

_____.; POH-LIN YEOH. Public sector promotion of U.S. export activity: a review and directions for the future. **Journal of public policy & marketing**, v. 13, n. 1, p. 76-84, Spring, 1994.

COLLINS-DODD, C.; FRANCIS, J. Impact of export promotion programs on firm competencies, strategies and performance: the case of Canadian high-technology SMEs. **International marketing review**, v. 21, n. 4/5, p. 474-495, 2004.

CRAMER, S.; WILLIAMSON, N. C. Enhancing governmentally sponsored export promotions through better segmentation of the market of a state's manufacturing concerns. **The international trade journal**, v. 23, n. 3, p. 258-300, 2009.

CZINKOTA, M. R. A national export assistance policy for new and growing businesses. **Journal of international marketing**, p. 91-101, 1994.

_____.; CRICK, D. Export assistance: another look at whether we are supporting the best programmes. **International marketing review**, v. 12, n. 3, p. 61-72, 1995.

DIAMANTOPOULOS, A.; SCHLEGELMILCH, B. B.; TSE, K. Y. K. Understanding the role of export marketing assistance: empirical evidence and research needs. **European journal of marketing**, v. 27, n. 4, p. 5-18, 1993.

DURMUŞOĞLU, S. S. *et al.* The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: a multidimensional view of export performance. **Industrial marketing management**, 2011.

FISCHER, E.; REUBER, A. R. Targeting export support to SMEs: owners' international experience as a segmentation basis. **Small business economics**, v. 20, n. 1, p. 69-82, 2003.

FREIXANET, J. Export promotion programs: their impact on companies' internationalization performance and competitiveness. **International business review**, 2011.

GELDRES WEISS, V. V.; ETCHEBARNE LÓPEZ, M. S.; MEDINA, L. H. B. Promoción de exportaciones en el ámbito público: su impacto en el desempe\ no exportador a nivel de la firma. **Academia revista latinoamericana de administración**, n. 47, p. 1-17, 2011.

GENÇTÜRK, E. F.; KOTABE, M. The effect of export assistance program usage on export performance: a contingency explanation. **Journal of international marketing**, p. 51-72, 2001.

GRAY, B. J. Profiling managers to improve export promotion targeting. **Journal of international business studies**, p. 387-420, 1997.

HAAHTI, A. *et al.* Cooperative strategy, knowledge intensity and export performance of small and medium sized enterprises. **Journal of world business**, v. 40, n. 2, p. 124-138, 2005.

HAUSMANN, R.; HWANG, J.; RODRIK, D. What you export matters. **Journal of economic growth**, v. 12, n. 1, p. 1-25, 2007.

HAUSMANN, R.; RODRIK, D. Economic development as self-discovery. **Journal of development economics**, v. 72, n. 2, p. 603-633, dez. 2003.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. E. The internationalization process of the firm-a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of international business studies**, p. 23-32, 1977.

JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. The internationalization of the firm–four swedish cases 1. **Journal of management studies**, v. 12, n. 3, p. 305-323, 1975.

KANG, K. Overseas network of export promotion agency and export performance: the Korean case. **Contemporary economic policy**, v. 29, n. 2, p. 274-283, 2011.

KOTABE, M.; CZINKOTA, M. R. State government promotion of manufacturing exports: a gap analysis. **Journal of international business studies**, v. 23, n. 4, p. 637-658, Dec. 1992.

LAGES, L. F.; MONTGOMERY, D. B. The relationship between export assistance and performance improvement in Portuguese export ventures: an empirical test of the mediating role of pricing strategy adaptation. **European journal of marketing**, v. 39, n. 7/8, p. 755-784, July 2005.

LEDERMAN, D.; OLARREAGA, M.; PAYTON, L. Export promotion agencies: do they work? **Journal of development economics**, v. 91, n. 2, p. 257-265, Mar. 2010.

LEONIDOU, L. C.; KATSIKEAS, C. S. Integrative assessment of exporting research articles in business journals during the period 1960-2007. **Journal of business research**, v. 63, n. 8, p. 879-887, 2010.

_____.; SAMIEE, S. Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis. **Journal of business research**, v. 55, n. 1, p. 51-67, Jan. 2002.

LEONIDOU, L. C.; PALIHAWADANA, D.; THEODOSIOU, M. National export-promotion programs as drivers of organizational resources and capabilities: effects on strategy, competitive advantage, and performance. **Journal of international marketing**, v. 19, n. 2, p. 1-29, 2011.

MACEDO-SOARES, T. D. L. Ensuring dynamic strategic fit of firms that compete globally in alliances and networks: proposing the global SNA-Strategic Network Analysis-framework. **Revista de administração pública**, v. 45, n. 1, p. 67-105, 2011.

MAJOCCHI, A.; BACCHIOCCHI, E.; MAYRHOFER, U. Firm size, business experience and export intensity in SMEs: a longitudinal approach to complex relationships. **International business review**, v. 14, n. 6, p. 719-738, 2005.

MATTHYSSENS, P.; PAUWELS, P. **Global sourcing and the internationalisation of the firm**: project 2001-2005. Limburgs Universitair Centrum. [s.n.].

MOREIRA, S. V.; DOS SANTOS, A. F. **Políticas públicas de exportação**: o caso do PROEX. [S.l.] Ipea, 2001.

NAIDU, G. M. *et al.* An export promotion model for India: implications for public policy. **International business review**, v. 6, n. 2, p. 113-125, Apr. 1997.

NAIDU, G. M.; RAO, T. R. Public sector promotion of exports: a needs-based approach. **Journal of business research**, v. 27, n. 1, p. 85-101, May 1993.

OVIATT, B. M.; MCDOUGALL, P. P. Toward a theory of international new ventures. **Journal of international business studies**, v. 25, n. 1, p. 29-41, 1994.

REEB, D.; SAKAKIBARA, M.; MAHMOOD, I. P. From the editors: endogeneity in international business research. **Journal of international business studies**, v. 43, n. 3, p. 211-218, Apr. 2012.

RENNIE, M. W. Born global. **McKinsey quarterly**, p. 45-45, 1993.

SERINGHAUS, F. H. R. The impact of government export marketing assistance. **International marketing review**, v. 3, n. 2, p. 55-66, Dec. 1986.

_____. Management and performance of international trade fair exhibitors: government stands *vs* independent stands. **International marketing review**, v. 15, n. 5, p. 398-412, 1998.

SERINGHAUS, F. H.; BOTSCHEN, G. Cross-national comparison of export promotion services: the views of Canadian and Austrian companies. **Journal of international business studies**, v. 22, Issue 1, p. 115-133, 1991.

SERINGHAUS, F. H. R.; MAYER, C. S. Different approaches to foreign market entry between users and non-users of trade missions. **European journal of marketing**, v. 22, n. 10, p. 7-18, 1988.

SERINGHAUS, F. H.; ROSSON, P. J. **Government export promotion:** a global perspective. [S.l.], Routledge London, 1990.

SHAMSUDDOHA, A. K.; ALI, M. Y.; NDUBISI, N. O. Impact of government export assistance on internationalization of SMEs from developing nations. **Journal of enterprise information management**, v. 22, n. 4, p. 408-422, 2009.

SINGER, T. O.; CZINKOTA, M. R. Factors associated with effective use of export assistance. **Journal of international marketing**, p. 53-71, 1994.

SKARMEAS, D.; KATSIKEAS, C. S.; SCHLEGELMILCH, B. B. Drivers of commitment and its impact on performance in cross-cultural buyer-seller relationships: the importer's perspective. **Journal of international business studies**, v. 33, n. 4, p. 757-783, Dec. 2002.

SOUSA, C. M.; BRADLEY, F. Effects of export assistance and distributor support on the performance of SMEs. **International small business journal**, v. 27, n. 6, p. 681-701, 2009.

SOUSA, C. M. P.; MARTÍNEZ LÓPEZ, F.; COELHO, F. The determinants of export performance: a review of the research in the literature between 1998 and 2005. **International journal of management reviews**, v. 10, n. 4, p. 343-374, Dec. 2008.

SPENCE, M. M. Evaluating export promotion programmes: U.K. overseas trade missions and export performance. **Small business economics**, v. 20, n. 1, p. 83-103, 2003.

VOLPE MARTINCUS, C.; CARBALLO, J. Is export promotion effective in developing countries? Firm-level evidence on the intensive and the extensive margins of exports. **Journal of international economics**, v. 76, n. 1, p. 89-106, 2008.

_____. Beyond the average effects: the distributional impacts of export promotion programs in developing countries. **Journal of development economics**, v. 92, n. 2, p. 201-214, 2010a.

_____. Entering new country and product markets: does export promotion help? **Review of world economics**, v. 146, n. 3, p. 437-467, 2010b.

_____. Export promotion: bundled services work better. **The world economy**, v. 33, n. 12, p. 1.718-1.756, 2010c.

_____. Export promotion activities in developing countries: what kind of trade do they promote? **The journal of international trade & economic development**, 2011.

WERNERFELT, B. A resource-based view of the firm. **Strategic management journal**, v. 5, n. 2, p. 171-180, 1984.

WILKINSON, T.; BROUTHERS, L. E. Trade promotion and SME export performance. **International business review**, v. 15, n. 3, p. 233-252, June 2006.

WORLD INVESTMENT REPORT 2006. Genebra: UNCTAD, 16 Oct. 2006.

ZOU, S.; STAN, S. The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997. **International marketing review**, v. 15, n. 5, p. 333-356, 1998.

APÊNDICE

QUADRO A.1

Quadro sinótico: características selecionadas de trabalhos empíricos sobre apoio à exportação

Autores	Descrição do estudo	*Locus* e tamanho da amostra	Unidade de análise	Perspectiva teórica	Técnica estatística	Principais resultados
Kotabe e Czinkota (1992)	Examinar empiricamente o nível de expertise relacionada à exportação de firmas industriais no meio-oeste dos Estados Unidos, os problemas que elas enfrentam para exportar e os tipos de assistência desejados, por estágio de exportação. É ainda investigada a adequação do apoio existente e a lacuna entre os esforços de promoção e as necessidades do setor privado.	Estados Unidos 162 firmas industriais.	Firma.	Não informada.	Analysis of Variance (Anova).	Os autores identificam cinco tipos de problemas principais relacionados à exportação que a PME pode ter: - logística; - procedimentos legais; - serviços para a exportação – disponibilidade de peças, serviços pós-venda; promoção de vendas: propaganda, vendas e informação de mercado; - inteligência de mercados externos: informação sobre mercados, localização, restrições e competitividade. Resultados sugerem que o nível de internacionalização das firmas é um fator crítico no desenvolvimento de programas apropriados.
Naidu e Rao (1993)	Identificar as diferenças entre as necessidades de assistência das firmas em diferentes estágios de processo de internacionalização e propor estratégias para superar deficiências na oferta do apoio à exportação.	Estados Unidos (apenas um estado) 777 firmas PMEs.	Firma.	Modelo de Uppsala.	Anova.	A análise empírica revelou diferenças significativas entre as necessidades percebidas, conhecimento, motivação e utilização efetiva dos programas entre firmas de diferentes estágios de internacionalização. É sugerido que os programas sejam formatados de acordo com as necessidades de cada grupo de firmas, e que avaliações periódicas baseadas em medidas de desempenho sejam realizadas para aumentar a efetividade desses programas.
Singer e Czinkota (1994)	O estudo examina os fatores associados com o uso efetivo de assistência à exportação.	Estados Unidos (Minnesota) 89 firmas assistidas pelo Estado de todos os setores: serviços, agro e indústria.	Firma.	RBV.	Regressão logística.	Resultados sugerem que o comprometimento/persistência da gestão é o fator mais importante na promoção de exportações que o estágio de internacionalização ou os serviços usados pela firma.

(Continua)

(Continuação)

Autores	Descrição do estudo	*Locus* e tamanho da amostra	Unidade de análise	Perspectiva teórica	Técnica estatística	Principais resultados
Czinkota e Crick (1995)	Fornecer evidências comparativas de estudos realizados nos Estados Unidos e no Reino Unido.	Estados Unidos (168 firmas) e Reino Unido (422 firmas).	Firma.	Não informada.	Estatísticas descritivas.	Foram constatadas diferenças em como os gerentes de firmas exportadora dos dois países avaliaram três grupos de atributos em seus esforços internacionais. A assistência fornecida em ambos os casos é considerada útil pelos exportadores, mas é pouco importante para os consumidores desses exportadores em seus países de destino.
Gray (1997)	Desenvolver um melhor entendimento das necessidades dos gestores que tomam as decisões de exportação.	Nova Zelândia 412 firmas.	Gestor.	Não informada.	Análise de *clusters*.	Os resultados questionam a relevância de que os programas sejam focados pelo grau de internacionalização das firmas, enfatizando que tipologias baseadas nos gestores deveriam ser usadas para direcionar os esforços de promoção de exportações.
Seringhaus (1998)	Identificar diferenças nas firmas que participaram nas feiras comerciais internacionais com apoio do governo e das que participaram sem apoio do governo.	Canadá 230 firmas de quatro setores industriais: alimentos, máquinas, elétricos e eletrônicos e serviços.	Firma.	Não informada.	Análise discriminante e testes *t* de comparação de médias.	Três das quatro proposições são aceitas: a estratégia e as características dos participantes independentes e do governo são diferentes; os grupos não diferem, entretanto, em relação ao treinamento do seu *staff*; os esforços de atração de visitantes dos independentes são maiores que os dos apoiados pelos governos e o desempenho destes é pior que o dos independentes.
Gençtürk e Kotabe (2001)	Avaliar o impacto da assistência à exportação no desempenho exportador de firmas em diferentes etapas de internacionalização.	Estados Unidos (apenas um estado) 162 empresas industriais.	Firma.	Modelo de Uppsala.	Anova.	Os resultados sugerem que o uso do apoio é um importante fator de sucesso, ainda que o seu impacto se manifeste de forma diferente, dependendo do critério de desempenho usado, encontrando-se uma relação positiva e significativa com a posição competitiva da firma. Concluem ainda que o avanço da firma no seu grau de internacionalização está associado com aumentos significativos de todos os indicadores de desempenho exportador considerados.

(Continua)

(Continuação)

Autores	Descrição do estudo	*Locus* e tamanho da amostra	Unidade de análise	Perspectiva teórica	Técnica estatística	Principais resultados
Ahmed *et al.* (2002)	O artigo tem como objetivo identificar os canais por meio dos quais as firmas mais frequentemente obtêm informações nos programas de apoio à exportação, verificar se as firmas com características diferentes diferem no seu comportamento de busca a informações e avaliar o nível de conhecimento e uso dos programas entre as firmas em diferentes grupos industriais.	Malásia 53 firmas industriais.	Firma.	Não informada.	Comparação de médias.	Diferenças significantes foram observadas entre os grupos em relação à frequência com que eles buscavam informações sobre os programas de exportação e o seu grau de conhecimento do espectro do programa. O conhecimento dos programas era mais alto em firmas maiores que em PMEs.
Fischer e Reuber (2003)	Desenvolver hipóteses sobre como os programas de apoio à exportação podem segmentar as firmas de pequeno e médio porte.	Canadá 121 exportadores ativos e 67 pré-exportadores.	Firma.	Não informada.	Análise de *clusters* e Anova.	Os resultados indicam que a segmentação baseada no nível de experiência do proprietário pode ser um complemento efetivo para as bases de segmentação já em uso.
Spence (2003)	O artigo examina em que medida o conhecimento das firmas e suas características estruturais assim como o comportamento das firmas após a sua participação em missões comerciais refletem um impacto positivo das missões e do desempenho exportador.	Reino Unido 113 firmas de diversos setores industriais que participaram de missões comerciais (na segunda etapa, apenas 52 firmas).	Firma.	RBV.	Análise de regressão múltipla.	Os resultados evidenciam que as missões comerciais no exterior contribuem para a geração de mais vendas em mercados externos por melhorar o processo de construção de relacionamentos entre os parceiros de negócio.
Alvarez (2004)	O artigo discute porque algumas PMEs exportadoras têm mais sucesso que outras de porte similar.	Chile 295 firmas exportadoras.	Firma.	Não informada.	Modelo de estimação *probit*.	Resultados indicam que todos os esforços em negócios internacionais, particularmente em relação ao treinamento de funcionários, a inovação como outsourcing e a utilização de instrumentos de apoio à exportação são fontes importantes de sucesso.
Collins-Dodd e Francis (2004)	Investigam se os programas de apoio contribuem para as competências e as estratégias de exportação assim como para o alcance dos objetivos exportadores das firmas. O estudo examina em que grau o uso de um número maior de programas tem um impacto mensurável em medidas múltiplas de desempenho exportador, alcance dos objetivos de exportação e competências e as estratégias de exportação.	Canadá 183 firmas. Apenas um setor (TIC) PMEs.	Firma.	Não informada.	Análise de correlação.	Foi encontrado suporte para a hipótese de que a efetividade dos programas em melhorar as competências das firmas, ajudando-as a alcançar seus objetivos e o grau com que usam estratégicas de expansão exportadora. O maior uso contribuiu para a obtenção dos objetivos de conhecimento de exportação e de mercado e produto. O uso dos programas teve impacto diferente para firmas com níveis diferentes de envolvimento exportador.

(Continua)

(Continuação)

Autores	Descrição do estudo	*Locus* e tamanho da amostra	Unidade de análise	Perspectiva teórica	Técnica estatística	Principais resultados
Lages e Montgomery (2005)	Discutir o impacto da assistência à exportação na estratégia de preços e como esse impacto se manifesta direta e indiretamente no desempenho exportador.	Portugal 519 firmas.	Principal export venture.	Teoria contingencial.	MEE.	Os efeitos totais da assistência no desempenho exportador não são significantes uma vez que os exportadores usam o apoio que recebem para desenvolver estratégias de preço imprecisas. Mesmo que o apoio tenha impacto positivo direto no desempenho, há um impacto negativo indireto do apoio no desempenho através da estratégia de preços.
Wilkinson e Brouthers (2006)	Analisar o impacto de programas (missões comerciais, exposições comerciais e identificação de agentes e distribuidores) patrocinados pelos escritórios de promoção às exportações no desempenho exportador das firmas.	Estados Unidos (apenas um estado) 98 firmas.	Firma.	RBV.	Análise de regressão múltipla.	O uso das exposições comerciais e programas que identificam agentes e distribuidores contribuem positivamente para a satisfação das PMEs com o seu desempenho exportador.
Volpe Martincus e Carballo (2008)	Investigar se as atividades de promoção às exportações afetaram de forma significativa o desempenho exportador das firmas peruanas e se tais atividades melhoraram os indicadores de desempenho exportador nas margens intensiva e/ou extensiva.	Peru Toda a população de exportadores peruanos.	Firmas.	Não informado.	*Propensity score matching*.	Os resultados da estimação econométrica efetivamente ajudaram as firmas peruanas a expandir as suas atividades, especialmente ao longo da margem extensiva, tanto em termos de mercados e produtos, enquanto não houve evidências significativas sobre a margem intensiva das exportações.
Shamsuddoha, Ali e Ndubisi (2009)	Examinar os efeitos dos programas governamentais de apoio à exportação em PMEs de um país asiático em desenvolvimento.	Bangladesh 203 PMEs já exportadoras.	Firmas.	RBV, Uppsala.	MEE.	Encontrou suporte para a hipótese de que a assistência de mercado influencia diretamente o desempenho e também indiretamente por meio das percepções gerenciais de ambiente externo e conhecimento de mercado, achado consistente com os modelos comportamentais, fundamento teórico do artigo. Mas não encontrou suporte para a hipótese de que medidas financeiras de apoio à exportação influenciam diretamente o desempenho: elas influenciam indiretamente por meio do compromisso com a exportação.

(Continua)

(Continuação)

Autores	Descrição do estudo	*Locus* e tamanho da amostra	Unidade de análise	Perspectiva teórica	Técnica estatística	Principais resultados
Sousa e Bradley (2009)	Os autores desenvolvem e testam um modelo para integrar dois constructos críticos no desempenho exportador: os programas de apoio à exportação e o apoio do distribuidor.	Portugal 287 PMEs de diversos setores.	Firma.	RBV.	MEE.	Os resultados indicam que o apoio dado ao distribuidor tem um efeito positivo e significante no desempenho exportador das PMEs, enfatizando o papel crucial que ele tem no êxito do desenvolvimento da atividade exportadora. Os resultados indicam também que a experiência dos gestores é positivamente associada com o apoio dado ao distribuidor.
Volpe Martincus e Carballo (2010a)	Estimar como os serviços de apoio à exportação afetam diferentes grupos de firmas, indo além da perspectiva que trata todas as firmas como um conjunto ou observa apenas uma parcela delas, como as PMEs.	Chile Todos os exportadores do país, entre 2002 e 2006.	Firma.	Não informada.	Avaliação de tratamento não paramétrica pelas primeiras-diferenças.	Os resultados sugerem que, na média, as atividades de promoção à exportação desempenhadas pela Prochile parecem ter um impacto positivo e significante no crescimento das exportações totais assim como na dimensão extensiva. A densidade de exportações dos dois grupos de firmas onde os efeitos mais fortes foram observados é claramente localizada à esquerda dos grupos de firmas onde os efeitos foram mais fracos ou não foram sentidos. Isso sugere que as atividades de apoio são bem focadas nos objetivos declarados da agência, uma vez que os menores exportadores se beneficiam mais que os maiores.
Volpe Martincus e Carballo (2010b)	Comparar os efeitos de diferentes atividades de promoção à exportação na margem intensiva e extensiva das exportações das firmas em um arcabouço unificado, que considera o potencial de viés de seleção nessas atividades.	Colômbia Todas as empresas exportadoras do país no período 2003-2006.	Firma.	Não informada.	Estimação de *matching* em diferenças-em-diferenças.	Os serviços combinados de consultoria, agenda comercial e missões comerciais e feiras são mais efetivos no processo de acompanhamento dos exportadores iniciantes e na construção de relações entre os compradores e vendedores externos que as ações isoladas de assistência.

(Continua)

(Continuação)

Autores	Descrição do estudo	*Locus* e tamanho da amostra	Unidade de análise	Perspectiva teórica	Técnica estatística	Principais resultados
Volpe Martincus e Carballo (2010c)	Avaliar o impacto de atividades de promoção às exportações nos resultados de exportação do Uruguai.	Uruguai Todas as empresas exportadoras do país no período 2000-2007.	Firma.	Não informada.	Estimação de *matching* em diferenças-em-diferenças.	Os resultados empíricos indicam que as atividades de apoio à exportação no Uruguai contribuíram para o processo de internacionalização das firmas, tanto em relação ao número de produtos exportados como em relação ao número de países de destino. A participação nos programas parece estar associada com uma probabilidade maior de aumentar o número de países de destino, especialmente dentro da área da América Latina e Caribe, assim como a expansão do número de produtos diferenciados na pauta exportadora. A despeito destas constatações, as atividades de apoio não afetam a propensão de exportar para novos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) ou novos produtos, de forma geral.
Volpe Martincus e Carballo (2011)	Estimar o efeito das atividades de apoio à exportação nas firmas que exportam produtos diferenciados.	Costa Rica Todas as empresas exportadoras do país no período 2001-2006.	Firma.	Não informada.	Estimação de *matching* em diferenças-em-diferenças.	As atividades de promoção favorecem um aumento de exportações na margem extensiva, especialmente em relação ao número de países de destino, no caso de firmas que já vendem produtos diferenciados. Entretanto, as atividades não encorajam os exportadores a começarem a vender bens dessa natureza. Não foram adicionalmente observados impactos significantes para firmas que exportam bens sem diferenciação e com preços padronizados.

(Continua)

(Continuação)

Autores	Descrição do estudo	*Locus* e tamanho da amostra	Unidade de análise	Perspectiva teórica	Técnica estatística	Principais resultados
Durmu o lu *et al.* (2011)	O estudo examina o impacto do uso dos serviços de apoio à exportação no atingimento dos objetivos de exportação de PMEs turcas, adotando uma visão de desempenho exportador baseada em quatro dimensões.	Turquia 143 firmas.	Firmas.	RBV/Uppsala.	Multivariate Analysis of Variance (Manova).	O uso dos serviços de apoio à exportação melhora significativamente o desempenho exportador em múltiplas formas. Encontraram-se uma relação positiva entre o uso de serviços e a satisfação em termos de desempenho financeiro, assim como o atingimento dos objetivos de relacionamento com os stakeholders, objetivos estratégicos e de aprendizado organizacional, além da habilidade de identificar novos consumidores e interpretar informações de mercado.
Freixanet (2011)	Avaliar de forma coletiva o impacto das empresa de pequeno porte (EPPs) no desempenho exportador, considerando uma série de dimensões de impacto, mantendo, entretanto, a diferenciação para os efeitos individuais de cada programa, contribuindo ainda ao inserir uma representação ampla de diversas indústrias e diferentes níveis de envolvimento com a atividade exportadora.	Catalunha, Espanha 272 firmas, indústrias diversas.	Firma.	Não informada.	Estatísticas descritivas e testes de análise de variância e de correlações bivariadas.	Há uma relação entre o uso de programas e alguma diversificação e resultados intermediários, mas não com resultados econômicos. Esses resultados estariam consistentes com os objetivos das EPPs, uma vez que eles devem ajudar as companhias a se tornarem mais competitivas internacionalmente, mas o resultado final depende de variáveis outras que extrapolam a ação das agências.
Geldres Weiss, Etchebarne López e Medina (2011)	Analisa instrumentos apenas de apoio a exportações, investigando o seu impacto no nível da firma.	Chile 73 empresas exportadoras dos setores agrícola e florestal.	Firma.	RBV Modelo de Internacionalização de Johanson e Vahlne (1977).	Estimação de *matching* em diferenças-em-diferenças.	O resultado da avaliação de impacto destaca que a assistência teve um impacto importante em termos de montante e porcentagem dos efeitos nos valores exportados pelas firmas; entretanto, apenas alguns resultados foram estatisticamente significantes. Os resultados mostram que a utilização dos instrumentos teve, em geral, um impacto positivo na quantidade exportada e implicou que as empresas se concentrem em um número menor de produtos, mantendo o mesmo número de mercados de destino, atingindo um maior nível de sucesso nos objetivos de conhecimento dos mercados internacionais. Entretanto, os resultados não são estatisticamente significantes em sua maioria.

(Continua)

(Continuação)

Autores	Descrição do estudo	*Locus* e tamanho da amostra	Unidade de análise	Perspectiva teórica	Técnica estatística	Principais resultados
Leonidou, Palihawadana e Theodosiou (2011)	Testar empiricamente um modelo que relacione os programas nacionais de apoio à exportação com o desempenho exportador por meio do papel interveniente dos recursos e capacidades organizacionais relacionados à exportação, à estratégia de marketing de exportação e à vantagem competitiva de exportação.	Reino Unido 223 firmas industriais.	Firma.	RBV.	MEE.	A associação entre o uso dos programas e o desempenho exportador não é direta, mas obtida pela expansão dos recursos e capacidades de que a firma precisa para operar no exterior. O uso de programas expande os recursos e capacidades para que a firma possa operar no exterior. Os resultados mostram que os programas são mais instrumentais para as menores firmas que para as maiores, enquanto alguns são mais valiosos para as firmas com experiência limitada nos mercados externos. Os recursos e capacidades podem dar uma base para que as firmas aproveitem melhor as oportunidades no mercado externo. Um dos poucos que evidenciam que as vantagens relacionadas à firma têm efeito no seu desempenho exportador. Adotam uma perspectiva multidimensional para medir desempenho exportador.

Elaboração da autora.

Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

EDITORIAL

Coordenação
Cláudio Passos de Oliveira

Supervisão
Andrea Bossle de Abreu

Revisão
Cristina Celia Alcantara Possidente
Eliezer Moreira
Elisabete de Carvalho Soares
Lucia Duarte Moreira
Luciana Nogueira Duarte
Míriam Nunes da Fonseca

Editoração eletrônica
Roberto das Chagas Campos
Aeromilson Mesquita
Aline Cristine Torres da Silva Martins
Carlos Henrique Santos Vianna
Maria Hosana Carneiro Cunha

Capa
Luís Cláudio Cardoso da Silva

Projeto Gráfico
Renato Rodrigues Bueno

Livraria do Ipea

SBS – Quadra 1 – Bloco J – Ed. BNDES, Térreo.
70076-900 – Brasília – DF
Fone: (61) 3315-5336

Correio eletrônico: livraria@ipea.gov.br

Composto em Adobe Garamond Pro 12/16 (texto)
Frutiger 67 Bold Condensed (títulos, gráficos e tabelas)
Impresso em offset 90g/m²
Cartão supremo 250g/m² (capa)
Rio de Janeiro-RJ

Missão do Ipea
Produzir, articular e disseminar conhecimento para aperfeiçoar as políticas públicas e contribuir para o planejamento do desenvolvimento brasileiro.

ISSN 1415-4765

ipea Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATÉGICOS DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA