

Análise dos fatores institucionais inerentes ao processo de internacionalização de empresas gaúchas do setor de máquinas e equipamentos

*Analysis of institutional factors in the processes of
internationalization of companies in the sector of machinery and
equipments*

Vanessa Almeida da Silva¹
Flavia Luciane Scherer²
Diego Echevengua Borges³
Aletéia de Moura Carpes⁴

Resumo

Este artigo desenvolve o tema da internacionalização de micro, pequenas e médias do setor de máquinas e equipamentos do Rio Grande do Sul, tendo por objetivo analisar os fatores institucionais e os mecanismos isomórficos presentes no processo de internacionalização das referidas empresas. Foram revisados temas relativos à internacionalização de empresa, modos de entrada, abordagem institucional e isomorfismo de modo a orientar a pesquisa empírica. Foi realizada pesquisa descritiva com aplicação de survey. Concluiu-se que os gestores tenderam a uma substancial semelhança com os concorrentes na aquisição de novas técnicas gerenciais para internacionalizar, demonstrando a presença de mimetismo.

Palavras-chave: Processo de institucionalização; Institucionalismo; Isomorfismo.

Abstract

This article develops the theme of internationalization of micro, small and medium-sized machinery and equipment of the Rio Grande do Sul sector, in order to analyze the institutional factors and isomorphic mechanisms present in the process of internationalization of these companies. Issues related to the internationalization of business, delivery, and institutional isomorphism approach to guide empirical research were reviewed. Descriptive survey was conducted with application of survey. It was concluded that managers tended to a substantial resemblance to the competitors in the acquisition of new management techniques to internationalize, demonstrating the presence of mimicry.

Keyword: Internationalization; Institutionalism; Isomorphism.

¹va.almeida@hotmail.com, Brasil. Professora Tutora do Centro Universitário Franciscano – UNIFRA. Doutoranda em Administração na Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Rua Silva Jardim, 1175, CEP: 97010-491 - Santa Maria, RS - Brasil.

²flaviascherer@globo.com, Brasil. Professora Adjunta da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Doutora em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. Av. Roraima, 1000, Camobi, CEP: 97105-900 - Santa Maria, RS – Brasil.

³diego.e.borges@hotmail.com, Brasil. Professor do Centro Universitário UNA. Doutor em Administração na Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. Av. Antonio Carlos, 6627, Pampulha, CEP: 31270-901 - Belo Horizonte, MG - Brasil

⁴alecarpes.adm@hotmail.com, Brasil. Doutoranda em Administração na Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Av. Roraima, 1000, Camobi, CEP: 97105-900 - Santa Maria, RS – Brasil.

Recebido em 12.02.2013

Aprovado em 28.03.2014

Introdução

No ambiente de globalização, o entendimento dos aspectos culturais e sociais emergem como desafio fundamental no processo de internacionalização das empresas, na busca de mercados globais, na conquista e principalmente na manutenção dos novos consumidores. No Brasil, o crescente processo de internacionalização, marcado pela abertura econômica e a privatização, associadas à estabilidade, gerou grande incentivo aos investimentos nacionais e estrangeiros (HONORATO, 2007). Esta mudança de foco nacional para um âmbito global torna imprescindível o aprofundamento sobre a internacionalização de empresas brasileiras, a fim de contribuir com soluções para um posicionamento mais competitivo.

Em relação às micro, pequenas e médias empresas, a internacionalização destas nas economias emergentes tem promovido crescente interesse de pesquisa nestas organizações (BUCKLEY et al, 2007; ZHU; HITT; TIHANYI, 2007; NGUYEN; LE; BRYANT, 2013), pois essas empresas, em mercados emergentes, enfrentam adicionais desafios de lidar com uma realidade institucional que é incerta e tendenciosa em favor de grandes empresas (HOSKISSON et al 2000; WRIGHT et al, 2005).

Estatísticas relativas ao comércio internacional brasileiro mostram que 48,3% correspondem à micro e pequenas empresas, somando 11.120 (onze mil cento e vinte) do total de empresas exportadoras brasileiras. Em seguida, estão as empresas médias, com participação de 25,2% (MDIC, 2008). Dessa forma, as empresas de menor porte são geradoras de empregos e renda, porém, o governo toma poucas iniciativas para preparar e ajudar os pequenos negócios, tornando relativamente complexa a competitividade (SEBRAE, 2012).

A indústria brasileira encontra-se indefesa contra as importações, perdendo mercado principalmente para a China. O faturamento nominal a preços constantes da indústria de bens de capital mecânico apresentou um cenário negativo no final de 2010, registrando queda de 9,5%, atingindo no acumulado do ano (entre janeiro a outubro de 2010) R\$ 59,3 bilhões, 10,8% a mais que os R\$ 53,6 bilhões registrados no mesmo período de 2009, ou seja, os números apurados demonstram um quadro deficitário e desvantajoso para os produtos nacionais frente aos importados (ABIMAQ, 2012). Este fato ocorre porque a indústria brasileira de máquinas e equipamentos apresenta um dos

maiores preços por produto praticados no mundo, por conta da taxa de juros e excesso de tributação.

Observa-se que os esforços empresariais para melhorar a competitividade (investimentos em equipamentos, processos, tecnologia e inovação) ainda que indispensáveis para a sobrevivência das indústrias nacionais acabam compensando apenas pequena parte da desvantagem brasileira. Neste cenário competitivo, as empresas, em função de gerarem e agregarem valor aos seus negócios, não seguem um modelo universal de gestão estratégica. Isto ocorre devido a diferentes processos de tamanho, atividade e cultura, pois a organização terá maior chance de sucesso estando em sintonia com o seu ambiente de negócio, sendo que a aplicabilidade de uma forma de gestão empresarial deve estar voltada para o ajuste e a adaptação da própria organização.

Isto posto, ressalta-se que o presente estudo tem como objetivo por meio de pesquisa descritiva, analisar os fatores institucionais e os mecanismos isomórficos presentes no processo de internacionalização de empresas do setor de máquinas e equipamentos do Rio Grande do Sul. Cabe ressaltar que o estudo concentra-se em micro, pequenas e médias empresas, selecionadas de acordo com o critério de faturamento disponibilizado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES, 2013).

O estudo justifica-se a partir do posicionamento de DiMaggio e Powell (2005) a partir da suposição de que as mudanças organizacionais das empresas que compõem a amostra ocorrem de forma semelhante, em busca de legitimação pelos gestores sobre as suas ações visando adentrar no mercado internacional. Ressalta-se, ainda, que a ênfase no ambiente é a principal contribuição da escola institucional (TOLBERT; ZUCKER, 1999) que foca a interpretação sobre a realidade organizacional, a legitimidade e o isomorfismo como fatores vitais para enfrentar situações e sobreviver no mercado (CARVALHO; VIEIRA; LOPES, 1999).

Além desta introdução, o presente estudo apresenta no quadro de referência o conceito de instituições e suas principais características, também o processo de institucionalização e seus principais idealizadores, além de focar na temática do isomorfismo institucional. Posteriormente, o método, a população e a amostra, assim como as técnicas de coleta e análise dos dados são ressaltados. Por último, foca-se nos

resultados do presente estudo e nas principais conclusões que se pode extrair do trabalho como um todo.

Fundamentação Teórica

Teoria Institucional

A teoria institucional tem sido reconhecida como uma das perspectivas mais relevantes para o estudo de estratégias empresariais em países de economias emergentes, como o Brasil. As instituições formais, ou seja, o quadro jurídico e aplicação das leis estão em seus estágios iniciais e as instituições informais, semelhantes às dimensões cognitivas e normativas, parecem ser críticas, lentas e complexas (HOSKISSON et al, 2000; WRIGHT et al, 2005; NGUYEN; LE; BRYANT, 2013).

Em comparação com organizações de países desenvolvidos, as empresas de menor porte nas economias emergentes enfrentam desafios em lidar com a incerteza do ambiente institucional nos seus países de origem (BUCKLEY et al, 2007; LE et al, 2006; ZHU et al, 2007; YAMAKAWA et al, 2008). Portanto, a ótica do ambiente institucional é fundamental para a compreensão de como micro, pequenas e médias empresas, em países de economias emergentes, podem se expandir para mercados estrangeiros.

A utilização do termo instituição tem se tornado comum nas ciências sociais, recentemente, fato este que reflete o crescimento da economia institucional e o uso do conceito de instituição em várias outras disciplinas, incluindo filosofia, sociologia, política e geografia (HODGSON, 2006). Segundo o referido autor, o termo instituição possui uma longa história de uso nas Ciências Sociais, que remonta pelo menos ao autor Giambattista Vico em sua obra *Scienza Nuova* de 1725.

De acordo com Scott (2008), que aborda em seus estudos a teoria institucional sob um viés sociológico, as instituições podem ser compreendidas como elementos regulativos, normativos, cultural-cognitivos, os quais em associados com outras atividades e recursos, proveem estabilidade e significado para a vida social.

Outro estudioso clássico da teoria institucional, no entanto apresentando viés econômico em sua análise, North (1990) sustenta que as instituições são as regras do jogo de uma sociedade, e as organizações podem ser entendidas como os jogadores.

Sendo assim, entende-se que a interação entre instituições e organizações afeta o desempenho da economia, já que cabem as primeiras, segundo o autor, diminuir os custos de transação em uma sociedade bem como prover uma estrutura de incentivos na economia, enquanto que as segundas devem responder de forma eficiente e eficaz as regras direcionadas ao seu campo de ação.

Nesse contexto, empresas de porte inferior às grandes muitas vezes enfrentam ambientes reguladores desiguais e tendem a sofrer maiores custos na criação e gestão de seus negócios (YAMAKAWA et al, 2008). Além disso, essas empresas nas economias emergentes, muitas vezes enfrentam altas barreiras para ganhar legitimidade, porque as grandes empresas são dominantes e reconhecidas como legítimas (LE et al, 2006; YAMAKAWA et al, 2008). Por outro lado, a reforma de ambientes institucionais em economias emergentes também pode fornecer fatores para que as empresas menores internacionalizem, tais como, transparência do governo (fornecendo informações) e apoio do governo às estratégias de internacionalização.

Processo de Institucionalização das Práticas Organizacionais

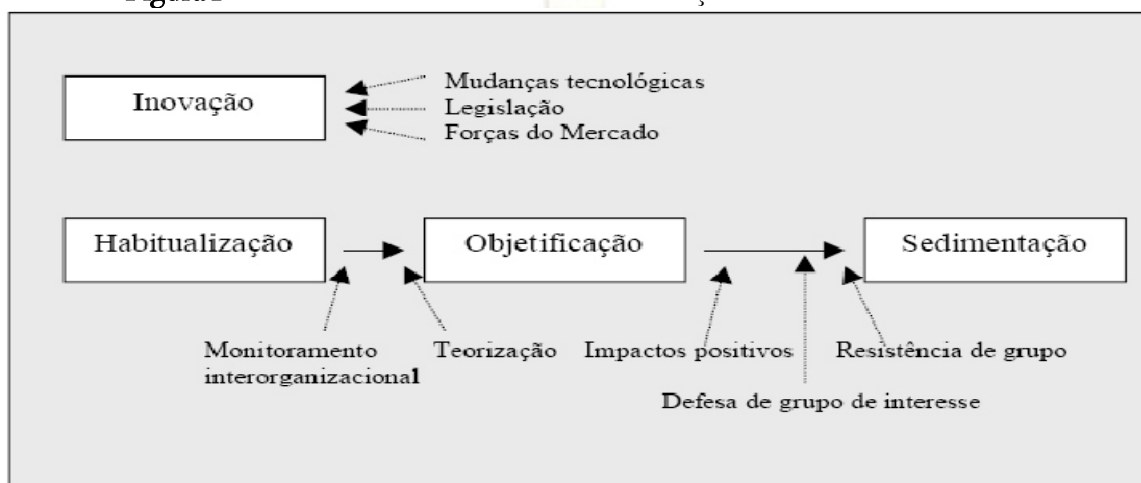
Para Berger e Luckmann (2004) a origem da institucionalização está no hábito a que toda atividade humana está sujeita, no qual uma ação frequentemente repetida torna-se moldada em um padrão. Assim, sempre que houver uma tipificação recíproca de ações habituais, por tipos de atores, ocorre institucionalização (OLIVEIRA; MISOCZKY, 2004).

Um governo com políticas econômicas consistentes, liberais e transparentes facilita a internacionalização das empresas de menor porte de várias maneiras, pois as instituições nacionais servem como um moderador complexo das estratégias de internacionalização dessas empresas (NGUYEN; LE; BRYANT, 2013). Logo, a institucionalização pode ser representada por um processo condicionado pela lógica da conformidade às normas socialmente aceitas (SELZNICK, 1996), de forma que a legitimidade se torne imperativa para as entidades sociais, a fim de aumentar suas chances de sobrevivência.

Segundo Tolbert e Zucker (1999, p. 205-206) “[...] atores organizacionais distinguem-se por determinado número de propriedades [...] que, provavelmente,

afetarão o modo pelo qual os processos institucionais são desempenhados, tanto entre as organizações como dentro delas”. A partir desse entendimento, Tolbert e Zucker (1999, p. 206) consideram uma extensão do processo de institucionalização “[...] para fluxos institucionais entre organizações formais”. A Figura 1 resume a análise proposta por essas autoras, demonstrando as forças que são pontos críticos em diferentes momentos do processo.

Figura 1 – Processos inerentes à institucionalização



Fonte: Tolbert e Zucker (1999, p. 207)

O modelo proposto pelas autoras apresenta na primeira etapa, denominada **habitualização**, o desenvolvimento de comportamentos padronizados para a solução de problemas e a associação de tais comportamentos a estímulos particulares. Nessa fase ocorre a criação de novas estruturas, de forma independente. No momento seguinte, decisores organizacionais que compartilhem dos conhecimentos dessa inovação podem adotá-la, ou organizações que estão passando por problemas podem recorrer a soluções desenvolvidas por outros.

Tolbert e Zucker (1999) expõem que os principais fatores que conduzem as organizações à inovação, ou à necessidade de inovar, e ao conseqüente processo de **habitualização** e a são: 1) mudanças tecnológicas, ou seja, reorientação técnica ou tecnológica; 2) legislação, representando novos arranjos jurídicos que podem provocar maior ou menor receptividade por parte das organizações; e 3) forças do mercado, decorrentes de fatores econômicos.

A segunda, a **objetificação** está relacionada ao momento em que uma ação possui significado generalizado e socialmente compartilhado ligado a esses comportamentos, um desenvolvimento necessário para a transposição de ações para contextos além de seu ponto de origem. Nesse ponto há certo consenso social entre os decisores do valor da estrutura, o que acarreta aumento na adesão. Neste sentido, pode ser considerada como resultado dos esforços para aumentar a competitividade relativa aos concorrentes e com isso facilitar a adoção da nova estrutura, uma vez que, quando a estrutura está disseminada, é mais provável que seja percebida como uma escolha ótima, pois reduz o grau de incertezas (TOLBERT; ZUCKER, 1999).

Os grupos de interesse são chamados de defensores e terão maior probabilidade de surgir quando houver um grande mercado potencial para inovação, devendo realizar duas tarefas de teorização: (a) divulgar a existência de fracasso ou insatisfação de um determinado grupo de organizações, e (b) diagnosticar as fontes de fracasso ou insatisfação, propondo uma solução ou tratamento. A importância desse papel reside no fato de que a teorização dá legitimidade cognitiva e normativa à estrutura e, para que seja bem sucedida, deve contemplar exemplos de implementações com sucesso. Quando as estruturas se **objetificaram** e foram amplamente disseminadas são classificadas como semi-institucionalização (TOLBERT; ZUCKER, 1999).

A terceira fase é a **sedimentação**, em que ocorre a transmissão das tipificações aos novos membros que, não tendo conhecimento de suas origens, estão aptos a tratá-las como dados sociais. “É um processo que fundamentalmente se apóia na continuidade histórica da estrutura e, especialmente, em sua sobrevivência pelas várias gerações de membros da organização” (TOLBERT; ZUCKER, 1999, p.209). Assim, essas autoras consideram que uma instituição, como estágio final de um processo, “ocorre quando as ações tornadas habituais referem-se a comportamentos que se desenvolveram empiricamente e foram adotados por um ator ou grupo de atores a fim de resolver problemas recorrentes” (TOLBERT; ZUCKER, 1999, p.204)

Isomorfismo

O conceito de isomorfismo é uma ferramenta útil para a compreensão da política e cerimônia que afetam o funcionamento das organizações, pois a competição não é

apenas por recursos e clientes, mas por força política legitimidade institucional, adequação social e econômica (DIMAGGIO; POWELL, 2005). Na definição de Hawley (1968) isomorfismo é um processo que força uma unidade, em uma população, a assemelhar-se a outras unidades que lidam com as mesmas condições ambientais. Essa abordagem sugere que características organizacionais são modificadas na direção de compatibilidade crescente com características ambientais; o número de organizações em uma população é uma função de capacidade de suporte (carrying capacity) ambiental; e a diversidade de formas organizacionais é isomórfica à diversidade ambiental (DIMAGGIO; POWELL, 2005).

A legitimidade é o ponto central para a sobrevivência organizacional e o isomorfismo representa um conceito-chave na teoria institucional, tendo como principal consequência a legitimidade. A legitimação é definida, por Berger e Luckmann (2004), como um processo que produz novos significados, que servem para integrar os significados já ligados a processos institucionais díspares. A obtenção da legitimidade assenta-se predominantemente em elementos de natureza simbólica, que definem um padrão de comportamento, em detrimento de parâmetros de eficiência técnica da organização (GOULART; VIEIRA; CARVALHO, 2005). A legitimidade simbólica garante, assim, o status de instituição a uma organização.

Para Machado-da-Silva e Fonseca (1993), o que leva as organizações se tornarem isomórficas é a necessidade de auto defesa em relação a organizações que são líderes no mesmo ramo de suas atividades. Algumas organizações não conseguem se defender ou resolver seus problemas com idéias próprias, assim passam a desenvolver processos semelhantes aos das organizações líderes e utilizar regras socialmente aceitas

Em essência, para Meyer e Rowan (1992, p. 30) o “isomorfismo institucional promove o sucesso e a sobrevivência da organização”, sendo que em ambientes altamente institucionalizados a sobrevivência da organização não depende de sua eficiência produtiva, mas simbólica. Esse isomorfismo, como já se referiu, decorre da incorporação de elementos institucionalizados do ambiente.

Segundo DiMaggio e Powell (2005), existem três mecanismos por meio dos quais ocorrem mudanças isomórficas institucionais: (1) isomorfismo coercitivo, (2) isomorfismo mimético e (3) isomorfismo normativo. No entanto, esta é uma tipologia e

tais tipos nem sempre são empiricamente distintos, podendo ocorrer mais de um mecanismo simultaneamente. O que é importante ressaltar é que cada mecanismo gera resultados distintos, mesmo quando se misturam.

No primeiro caso, o isomorfismo coercitivo tem origem em pressões formais e informais exercidas sobre a organização e por expectativas culturais da sociedade em que ela está inserida (DIMAGGIO; POWELL, 2005). Essas pressões de influência política podem ser sentidas como força, persuasão, ou como convites para esquemas de colusão (objetivo de fraudar a lei).

O segundo caso, o isomorfismo mimético, ocorre quando as organizações tendem a modelar-se a outras similares com maior legitimidade e bem sucedidas em seu campo (DIMAGGIO; POWELL, 2005). A incerteza é uma força poderosa que incentiva a imitação, pois quando tecnologias organizacionais não são claramente entendidas, objetivos são ambíguos, ou quando o ambiente cria uma incerteza simbólica, organizações podem se modelar por outras organizações.

Um terceiro mecanismo de mudança organizacional provém primordialmente de pressões profissionais e é conhecido como isomorfismo normativo. É associado principalmente com a profissionalização, que DiMaggio e Powell (2005) interpretam como uma busca coletiva de membros de uma ocupação para determinar as condições de trabalho e os seus métodos, bem como para controlar os procedimentos de produção e para estabelecer uma base e legitimação cognitiva para sua autonomia ocupacional. Dentre seus aspectos para o isomorfismo encontra-se a educação formal e sua legitimação em uma base cognitiva produzida por especialistas universitários. (DIMAGGIO; POWELL, 2005).

Procedimentos Metodológicos

A pesquisa empírica apresenta-se de caráter descritivo, a qual se realizou um levantamento do tipo survey com empresas de micro, pequeno e médio porte do setor de máquinas e equipamentos do Rio Grande do Sul, que desenvolveram operações em mercados internacionais nos últimos 5 anos, conforme registros do banco de dados da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos, da Sede Regional do Rio Grande do Sul (ABIMAQ-RS).

Conforme descrito, os empreendedores foram selecionados de um universo de cento e sessenta (160) empresas cadastradas no banco de dados, através da relação obtida junto à entidade responsável, sendo selecionado o total de uma população de oitenta e três (83) empresas, a partir do requisito de desenvolver operações internacionais nos últimos 5 anos. Salienta-se que a listagem da ABIMAQ-RS foi composta pelo nome da empresa, o principal contato (responsável pela internacionalização), e-mail e telefone. Como resultado obteve-se apenas onze (11) questionários de empreendedores que se dispuseram a responder, tornando-se uma amostra não representativa da população.

O trabalho apresentou algumas limitações, por exemplo, as decorrentes do número de empresas pesquisadas. Apesar de um exaustivo processo de coleta de dados, em que se utilizaram diferentes formas para angariá-los, o número de empresas que se dispuseram a responder à pesquisa foi consideravelmente inferior à população pesquisada.

Quanto ao modelo de análise, o ambiente institucional apresenta a influência das instituições nas atividades das empresas de micro, pequeno e médio porte brasileiras. Sob essa perspectiva, identificaram-se os aspectos gerenciais internos que explicam a trajetória dos processos de internacionalização das empresas estudadas, desde a decisão inicial até o estágio atual.

Em relação à análise dos fatores institucionais, em um primeiro momento, pretendeu-se identificar os fatores determinantes do sucesso, ou seja, processos inerentes à institucionalização propostos por Tolbert e Zucker (1999). De tal modo, buscou-se identificar importantes fatores que influenciaram no processo de institucionalização das empresas analisadas. Posteriormente, verificaram-se os mecanismos isomórficos (coercitivo, mimético, normativo) aos quais ocorrem mudanças institucionais que influenciam as empresas, de acordo com DiMaggio e Powell (2005). Nesse sentido, a análise do ambiente institucional tem intuito de explicar a influência das instituições nas atividades das empresas e no processo de internacionalização.

Além disso, verificaram-se as particularidades e o contexto do setor abordado. Cabe ressaltar que o instrumento de coleta de dados foi adaptado a partir dos estudos de Tolbert e Zucker (1999) e DiMaggio e Powell (2005) quanto aos aspectos institucionais, bem como as características do posicionamento internacional foram elaborados pelos

autores do estudo. Dessa forma, o questionário foi validado através do auxílio de pesquisadores da área de Administração da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) durante o ano de 2011.

Por fim, os dados foram tabulados e analisados através do auxílio do software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versão 20.0. A partir das descrições dos resultados foi possível identificar que os dados encontrados afetam o processo de internacionalização e respondem ao objetivo desse estudo.

Análise e Discussão dos Resultados

Macrocontexto do Setor de Máquinas e Equipamentos

Na atualidade, o empresário fabricante de um produto necessita estar envolvido com os atributos da inovação, a fim de que sejam intensamente aplicados. Na dinâmica economia mundial, torna-se relevante os países assegurarem taxas de crescimento econômico significativamente superior à média mundial, com a intenção de alcançar condições de vencer e conseguir sucesso (ABIMAQ, 2012). Nesse contexto, o segmento de máquinas e equipamentos é um dos mais expostos à concorrência chinesa e o crescimento das importações pode resultar na extinção de cadeias produtivas, caso o câmbio se mantenha sobrevalorizado, sendo extremamente perverso para esse setor.

No sentido de intensificar as ações voltadas para a promoção das exportações do setor de máquinas e equipamentos, diversas instituições, tais como Agência Brasileira de Promoção e Investimentos (APEX Brasil) e a Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (ABIMAQ), visam fortalecer a imagem do País, através de divulgação das capacidades técnicas, industriais e inovadoras da indústria brasileira no exterior. Os recursos destinados para este fim com vigência até junho de 2012 somavam R\$ 16 milhões (sendo R\$ 8 milhões da Apex-Brasil e os demais valores de empresas participantes), sendo investidos na participação de empresas brasileiras em feiras internacionais, na realização de missões empresariais no exterior e em ações de marketing (ABIMAQ, 2012).

Em termos gerais, a redução dos custos torna-se um aspecto fundamental, pois a incidência de tributação excessiva reduz progressivamente a competitividade dos

produtos brasileiros à medida que a cadeia produtiva se alonga. Este efeito, somado ao câmbio apreciado, ajuda a explicar a tendência do país em se especializar como exportador de produtos primários e semimanufaturado e importador dos produtos mais elaborados e/ou de tecnologia avançada. Em boa parte também explica o baixo desempenho do produto interno bruto (PIB) brasileiro quando comparado com os demais países do mundo, nas duas últimas décadas.

Por fim, observa-se que os esforços empresariais para melhorar a competitividade, ainda que indispensáveis para a sobrevivência das indústrias nacionais acabam compensando apenas pequena parte da desvantagem brasileira. É importante atacar as causas da ineficiência sistêmica, desonerando completamente os investimentos, garantindo financiamentos competitivos para a indústria de transformação e criando um ambiente favorável aos investimentos produtivos. Medidas que estimulem as exportações são positivas, mas não computam a perda de competitividade no mercado interno.

Caracterização das Empresas Gaúchas do Setor de Máquinas e Equipamentos

Em relação à caracterização das empresas analisadas, levantou-se o porte das empresas, a atividade principal da empresa, os métodos de atuação no mercado estrangeiro, o tempo de envolvimento nos negócios internacionais, as atividades realizadas internacionalmente, os métodos de atuação no mercado estrangeiro, o motivo que levou as empresas a buscarem o mercado internacional, bem como as barreiras enfrentadas no exterior.

As empresas foram classificadas segundo critério adotado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES) de acordo com o faturamento. As empresas participantes da amostra classificam-se na maioria como micro e médio porte (cada um 36,36%), já as empresas de pequeno porte representam 27,27%.

Nesse contexto, verificou-se também que 36,36% das empresas analisadas têm como atividade principal a industrialização de máquinas e equipamentos em geral. Ainda assim, a fabricação de máquinas e implementos agrícolas demonstra 18,18% do total. A amostra colhida apresenta razoável diversidade entre o porte das empresas, bem como há também uma boa variedade em termos de atividade principal que caracterizam as empresas respondentes.

Quanto ao tempo de envolvimento nos mercados internacionais, identificou-se que dentre as respostas, uma oscilação entre 1 e 22 anos, o que pode evidenciar uma amostra heterogênea, no qual a maioria dos respondentes (36,36%) pratica atividades internacionais há até 15 anos.

Em relação aos países ou grupo de países que as empresas negociam, de acordo com a classificação desenvolvida por Dib (2008), nota-se que o grupo de países que mais se destacou foi a América do Sul (exceto o Brasil) com 45,45% de representatividade. Ressalta-se que na América do Sul existe o Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), que é a união aduaneira de livre comércio intrazona e política comercial comum de cinco países da América do Sul, tais como Argentina, Brasil, Paraguai, Uruguai e Venezuela (que depende de aprovação dos congressos nacionais para que sua entrada seja aprovada). Nesse sentido, pode-se averiguar a existência de fatores como a proximidade geográfica e comércio pré-existente.

Ainda sobre os países que as empresas negociam, apontou-se o grupo de países da África (36,36%) como o segundo mais citado dentre os respondentes. De tal modo, apurou-se que a amostra colhida apresenta razoável diversidade em termos dos países ou grupo de países de destino, a fim de negociar nos mercados internacionais.

Referente ao número de países que as empresas analisadas mantêm operações regulares verificou-se que grande parte dos respondentes opera regularmente em até 05 países (63,64%). Além disto, um respondente afirmou negociar com 30 países e outra empresa com 40 países, o que pode ser considerado um número representativamente alto, já que a necessidade de adaptação de estratégias e/ou produtos é crescente e está interligada a inovações tecnológicas, pois agrega valor ao produto ou grupo de produto internacionalizado.

Os resultados do estudo demonstram que grande parte das empresas respondentes internacionalizou-se pela via da exportação. Nesse particular, muitas das empresas avançaram bastante na trajetória em direção a uma maior inserção nos mercados internacionais, sendo que algumas delas obtiveram receitas expressivas com a exportação.

Identificação dos Fatores Institucionais Relacionados à Internacionalização

Os fatores institucionais relacionados à atuação internacional das empresas gaúchas do setor de máquinas e equipamentos tornam-se relevantes para análise do estudo, já que a exportação, vista como via inovadora, pode gerar ações ou intenções estratégicas, que ao longo do tempo, produzam regras replicadas reforçando novas estruturas. Através da legitimação deste ambiente (institucionalização) é possível provocar o surgimento de uma trajetória tecnológica, possibilitando inovar em uma organização.

Desse modo, identificaram-se os fatores institucionais que conduziram as organizações analisadas a adotar novas práticas organizacionais para se internacionalizarem. A partir da análise dos fatores institucionais verificaram-se os principais elementos identificados no processo de institucionalização das empresas analisadas, constatando os mecanismos isomórficos (coercitivo, mimético, normativo) aos quais ocorrem mudanças institucionais que influenciam as empresas, de acordo com DiMaggio e Powell (2005).

Para os dados inicialmente obtidos sobre fatores institucionais adotou-se escala do tipo Likert de 5 pontos, com questionamentos relacionados à atuação no mercado internacional referentes a forças de mercado, legislação, mudanças tecnológicas, monitoramento organizacional, teorização, impactos positivos, resistência de grupo e defesa de grupo de interesse, baseado nos estudos de Tolbert e Zucker (1999). Fundamental nesta etapa é identificar os fatores que motivaram as empresas em análise a utilizar e até substituir determinadas práticas organizacionais existentes para atuar no mercado internacional. A frequência percentual e a média das variáveis são apresentadas na Tabela 1

Tabela 1 – Fatores institucionais frente à internacionalização

Fatores Institucionais	Situação da empresa frente ao mercado internacional		Frequência percentual						Média
			1	2	3	4	5		
Forças de mercado	A empresa tem participação ativa, com maximização de vendas	Nenhum	27,3	36,4	36,4	-	-	Substancial	3,667
	Há competitividade no mercado doméstico	Pouco	-	-	36,4	18,2	45,5	Muito	3,667
Legislação	Há mudança na legislação do mercado doméstico	Modesta	9,1	27,3	36,4	18,2	9,1	Alta	2,200
Mudanças tecnológicas	Foi necessária a contratação de um novo gestor para enfrentar as políticas governamentais	Nenhum	36,4	27,3	9,1	27,3	-	Substancial	2,750
Monitoramento organizacional	Houve consenso dos gestores para a internacionalização da empresa	Nenhum	-	27,3	9,1	27,3	36,4	Substancial	2,750
	Semelhanças entre os concorrentes que buscaram o mercado internacional	Nenhum	18,2	-	36,4	36,4	9,1	Substancial	2,750
Teorização	Ocorreu a utilização de pesquisadores/consultores externos à empresa	Nenhum	36,4	18,2	18,2	18,2	9,1	Substancial	2,200
Impactos positivos	Temos a percepção de que o processo de internacionalização acrescenta valor em termos de desempenho e controle de atividades	Nenhum	-	-	36,4	45,5	18,2	Substancial	3,667
Resistência de grupo	Reduzida resistência por parte dos agentes envolvidos direta ou indiretamente no processo de internacionalização	Nenhum	-	18,2	72,7	9,1	-	Substancial	3,667
Defesa de grupo de interesse	Existência de muitos grupos favoráveis à mudança	Nenhum	18,2	9,1	45,5	27,3	-	Substancial	2,750

Fonte: elaborado pelos autores (2011)

Constatou-se que grande parte das empresas da amostra não se classificou nos extremos da escala quanto a sua situação frente ao mercado internacional no setor em que atuam, portanto, as respostas ficaram em torno da média.

O fator institucional que motiva o processo de mudança organizacional são as forças de mercado, que proporcionam uma melhoria na gestão, de modo a maximizar as vendas, corroborando com a missão das empresas que visam lucro e aumentando sua competitividade no mercado doméstico. No que correspondem às situações relacionadas

ao fator forças de mercado, tais como a maximização de vendas e a competitividade, verificou-se que elas podem influenciar o processo de mudança de modo intermediário.

Outro fator que motiva a mudança de prática organizacional é a legislação. Em função dessa mudança, passando a existir uma necessidade maior de controle, juntamente com um acompanhamento mais rigoroso das atividades. Por fim, notou-se que a legislação do mercado doméstico afeta a mudança das práticas organizacionais também em nível intermediário.

No que tange à situação de contratação de um novo gestor, em que 36,4% dos respondentes alegaram que não houve necessidade de contratação para enfrentar as políticas governamentais do mercado internacional. Este aspecto está associado ao fator institucional relacionado à mudança tecnológica, na medida em que uma nova base de conhecimento oriunda dos gestores está à disposição das empresas.

Em relação à situação de consenso dos gestores para a internacionalização da empresa, 36,4% dos respondentes posicionaram-se como possuidores de substancial concordância para participar do mercado internacional. Considerando-se que partiu dos próprios gestores a referida mudança, não haveria dificuldades para que o consenso fosse obtido. Associado ao aspecto de monitoramento organizacional, os gestores tenderam a uma substancial semelhança entre os concorrentes que buscaram o mercado internacional.

Ademais, grande parte dos gestores não contratou nenhum pesquisador/consultor externo para orientar o processo de mudança da empresa para participar do mercado internacional. Conclui-se que a referida solução estava baseada em teorias e experiências anteriores dos gestores que lhe conferiam credibilidade, o qual relaciona o fator 'teorização'.

O fator institucional associado ao impacto positivo do processo de internacionalização corresponde a 45,5% das respostas, que consideram parcialmente substancial a internacionalização em relação ao acréscimo de valor em termos de desempenho e controle de atividades. Quanto a esse aspecto, é importante destacar que, embora alguns resultados positivos possam ser percebidos desde já, existem dificuldades no estabelecimento de relação direta entre a mudança ocorrida e os resultados positivos, até mesmo por haver uma distância temporal entre essas duas variáveis. O sétimo fator

está relacionado com a resistência de grupo, no qual a maioria dos respondentes manteve-se na média, afirmando que não há nenhuma, nem substancial redução de resistência por parte dos agentes envolvidos direta ou indiretamente no processo de internacionalização.

Por fim, o último fator apresenta relação com a defesa de grupos de interesse, manteve-se na média. Diante desse contexto, no processo de internacionalização, percebe-se uma adesão no sentido de que a mudança, por um lado, tem influência de pressões econômicas, basicamente, maximização no uso dos recursos escassos, por outro lado, a mudança envolve a adoção de uma metodologia cuja aceitação, no âmbito teórico e prático, é bastante difundida.

Em relação aos resultados obtidos na maneira como as empresas buscam novas técnicas de controle gerencial para se internacionalizar se depreende a importância dos mecanismos miméticos, destacando-se os seminários, congressos e palestras (19,05%), e os casos relatados nas revistas e jornais de negócios (16,67%). Também os livros, consultorias e visitas a outras empresas do setor mostram sua importância na obtenção do conhecimento sobre novas práticas. Os seminários contribuem para a construção da base comum do conhecimento profissional, pois geralmente são desenvolvidos de forma a relatar casos de sucesso em empresas, com a participação dos próprios profissionais envolvidos no caso e também por profissionais de consultoria. Assim, é provável que os profissionais participantes de seminários sintam-se motivados a adotar as mesmas práticas relatadas por colegas de profissão. A mídia especializada tem um papel importante para atingir os objetivos de institucionalização, propagando o uso dos artefatos gerenciais para o grande público.

Quanto ao papel das empresas de consultoria (19,05%), entende-se que essas são aliadas dos gestores na legitimação das decisões tomadas pela organização. As empresas buscam esses profissionais de forma a legitimar o processo de introdução de um novo projeto. Nesse caso o que conta é a experiência dos consultores na realização de trabalhos similares em empresas que possam ser classificadas como referências. Além disto, outra forma de aquisição de novas técnicas que se destaca entre os respondentes são as conversas informais com outros colegas de profissão, representando 19,05%, bem como a relevância das reuniões em entidades profissionais (11,90%).

Os fatores que evidenciam os mecanismos indutores da adoção ou abandono de novas técnicas organizacionais para a empresa se internacionalizar correspondem a outro questionamento. Os resultados obtidos indicam que o fator mais importante é a decisão do corpo diretivo e gerencial da empresa (21,43%), mostrando que, de fato, há um processo de autonomia nessas organizações, uma vez que a imposição da matriz/acionistas se mostrou bem menor. Isso pode ser explicado pela crescente separação entre propriedade e administração nas empresas brasileiras de capital aberto.

Por outro lado nota-se como importante a imposição de clientes/fornecedores (17,86%), representando o isomorfismo coercitivo, uma vez que há um grande papel desses nas questões de compra e venda, o que pode gerar impactos nas práticas de contabilidade gerencial, uma vez que a dissociação entre essa e a contabilidade gerencial é bastante tênue.

O isomorfismo mimético pode ser percebido pelo fato das empresas atribuírem um alto grau de importância à experiência de outras empresas e a recomendação de empresas de consultoria, corroborando a teoria também no aspecto da legitimação. A questão sobre Consultoria ratifica o isomorfismo mimético e normativo, já que essas empresas muitas vezes apresentam soluções prontas, contribuindo para o grau de homogeneidade de um setor. Esse é um fator que na opinião dos respondentes é importante no processo decisório.

Finalmente, buscou-se evidenciar quais situações foram enfrentadas pelas empresas para participar do mercado internacional, no qual se possibilitava selecionar mais de uma opção. Conforme proposta de Selznick (1996), as organizações adquirem estabilidade através da institucionalização, por meio de novos valores, legitimando-se por estarem em conformidade com os valores socialmente aceitos no ambiente em que operam.

Pressões profissionais são conhecidas como isomorfismo normativo, associado principalmente com a profissionalização. As associações profissionais e comerciais que, ao criar um grupo de indivíduos que ocupam posições similares em uma gama de organizações, definem e promulgam regras normativas acerca do comportamento organizacional e profissional, sobrepondo possíveis variações em tradições e controle (DIMAGGIO; POWELL, 2005). Deste modo, para atuarem no mercado internacional,

algumas situações necessitam serem afrontadas, tais como pressão para a inovação; encontros do setor para discussão sobre a utilização de novas tecnologias; e, compartilhamento de conhecimentos sobre a inovação, como forma de reduzir a incerteza e iniciar uma mobilização política entre grupos de interesse.

Seguir e adotar as pressões para inovar (18,18%) demonstra uma estratégia adequada para a competitividade e oferece maiores possibilidades de sucesso à empresa no mercado internacional. De mesma proporção, apresentam-se os encontros do setor para discussão sobre a utilização de novas tecnologias.

Com quase 46%, o nível de respostas das empresas apresentam consenso em compartilhar conhecimentos sobre inovação, como forma de enfrentar às pressões institucionais por meio da qual se pretende neutralizar a oposição institucional e aumentar a legitimidade. Por meio de elos institucionais, as empresas enfrentam situações de compartilhamento de conhecimentos sobre a inovação, como forma de reduzir a incerteza e iniciar uma mobilização política entre grupos de interesse, ou seja, pretende construir coalizões para demonstrar seu mérito e a aceitabilidade da organização a outros atores externos dos quais se espera obter recursos e aprovação.

Finalizada a caracterização dos fatores institucionais relacionados à atuação internacional, averiguou-se a busca pela legitimidade e apoio de seu ambiente no nível mais imediato das empresas, em que se destacam aspectos como dependência, poder e políticas da amostra pesquisada, e conseqüentemente a forma das organizações em lidar com esses elementos.

Considerações Finais

O presente estudo teve por objetivo por meio de pesquisa descritiva, analisar os fatores institucionais e os mecanismos isomórficos presentes no processo de internacionalização de micro, pequenas e médias empresas do setor de máquinas e equipamentos do Rio Grande do Sul.

A partir da análise descritiva verificou-se que as empresas pesquisadas são na maioria de micro e médio porte. Estes resultados demonstram que mesmo possuindo uma menor estrutura organizacional empresas de menor porte buscam novos mercados além das fronteiras nacionais.

Destaca-se que grande parte das organizações pesquisadas está inseridas no mercado internacional via exportação. De tal modo, a maioria dos respondentes apenas comercializa seus produtos e/ou serviços no mercado internacional e outros apenas adquirem matéria prima ou serviços do exterior.

Nesse particular, muitas das empresas avançaram bastante na trajetória em direção a uma maior inserção nos mercados internacionais, sendo que algumas delas obtiveram receitas expressivas com a exportação. Em síntese, quanto mais tempo uma empresa atua em negócios internacionais, mais se dispõe a assumir riscos e comprometer recursos em seu processo de internacionalização.

Com relação aos fatores institucionais, ressaltou-se que as forças de mercado, tais como a maximização de vendas e a competitividade, bem como a legislação do mercado doméstico, influenciam no processo de mudança de modo intermediário. Quanto ao aspecto sobre a mudança tecnológica, 36,4% dos respondentes alegaram que não houve necessidade de contratação para enfrentar as políticas governamentais do mercado internacional. O mesmo percentual afirma que os gestores tenderam a uma substancial semelhança entre os concorrentes que buscaram o mercado internacional, demonstrando o isomorfismo mimético. Destaca-se que para metade dos respondentes, a internacionalização gerou impactos positivos, considerando o acréscimo de valor em termos de desempenho e controle de atividades.

No sentido de aquisição de novas técnicas gerenciais para internacionalizar, enfatizou-se a importância dos mecanismos miméticos, representados por seminários, congressos e palestras, consultorias, revistas e jornais de negócios e reuniões em entidades profissionais. Além disso, os fatores que influenciam a adoção ou abandono de novas técnicas são fortemente influenciadas pelo corpo diretivo das organizações, seguido da imposição de clientes/fornecedores (isomorfismo coercitivo) e pelo desempenho econômico-financeiro.

Grande parte dos respondentes inicia mobilizações políticas entre grupos de interesse, com pretensão de construir coalizões com outros atores, a fim de obter recursos e aprovações, esta situação é enfrentada com o objetivo das empresas de participarem do mercado internacional. Salienta-se que as organizações orientam-se pelo seu contexto de referência, de onde são obtidos valores e crenças do ambiente

institucional.

Dessa forma, a fim de aprofundar os estudos aqui apresentados, sugere-se que sejam feitas novas tentativas de ampliar o número de empresas participantes, possibilitando uma maior cobertura do vasto campo de empresas brasileiras, participantes do mercado internacional do setor analisado. Por fim, este trabalho procurou contribuir para ampliar o conhecimento sobre um campo de estudos ainda relativamente pouco explorado por meio de pesquisa empírica, através da identificação de fatores limitadores e impulsionadores das ações e estratégias desenvolvidas nas empresas, de maneira a complementar as pesquisas na área de Negócios Internacionais.

Referências

ABIMAQ - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS. *Política de Desenvolvimento Produtivo (PDP)*. Ago, 2012. Disponível em: <http://www.abimaq.org.br/pdp/Encarte_PDP.pdf>. Acesso em 05 de março 2012.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*, Petrópolis: Vozes, 2004.

BUCKLEY, P. J., CREGG, L. J., CROSS, A. R., LIU, X., VOSS, H., ZENG, P. The determinants of Chinese outward foreign direct investment. *Journal of International Business Studies*, v. 38, n. 4, p. 99-518, 2007.

CARVALHO, C.; VIEIRA, M.; LOPES, F. Contribuições da perspectiva institucional para a análise das organizações. XXIII Encontro da Associação Nacional dos Programas de pós-graduação em Administração - EnANPAD, Foz do Iguaçu, *Anais...*, Paraná, 1999.

CARVALHO, C.; VIEIRA, M. Contribuições da perspectiva institucional para a análise das organizações: possibilidades teóricas, empíricas e de aplicação. *Organizações e Trabalho*, v. 28, p. 27-47, Oeiras, Portugal, 2002.

DI MAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, Vol. 45, No. 2, 2005.

GOULART, S.; VIEIRA, M.; CARVALHO, C. *Universidades e desenvolvimento local: uma abordagem institucional*. 1. ed., v.1, 85 p., Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2005.

HODGSON, G.M. What are institutions? *Journal of economics studies*. Vol. XL No. 1 March 2006.

HOSKISSON, R. E., EDEN, L., LAU, C. M., WRIGHT, M. Strategy in emerging economies. *Academy of Management Journal*, v. 43, n.3, p. 249-267, 2000.

HONORATO, C. T. *Identificação de competências organizacionais brasileiras no processo de internacionalização e inserção competitiva no mercado global*. Dissertação (Mestrado em Administração). São Paulo: FEA/ USP, 2007.

- LE, N. T. B.; VENKATESH, S.; NGUYEN, T. V. 2006. Getting bank financing: A study of Vietnamese private firms. *Asia Pacific Journal of Management*, v. 23, n. 2, p. 209-227, 2006.
- MEYER, J.; ROWAN, B. Institutionalized Organizations: formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, n. 83, p. 340-363, 1977.
- MDIC - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. *Análise do desempenho da exportação brasileira por porte de empresa em 2008*. Dez, 2008. Disponível em: <http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1216218867.doc>. Acesso em 05 de março 2012.
- NGUYEN, V. T.; LE, N. T. B.; BRYANT, S. E. Sub-national institutions, firm strategies, and firm performance: A multilevel study of private manufacturing firms in Vietnam. *Journal of World Business*, v. 48, p. 68 - 76, 2013.
- NORTH, D. , *Institutions, Institutional Change and Economic performance*, Cambridge University Press, Cambridge, 1990.
- OLIVEIRA, R.; MISOCZKY, M. O processo de institucionalização do Parque Natural Morro do Osso. *Encontro de Administração Pública e Governança-EnAPG*, Rio de Janeiro/RJ, 2004.
- POWELL, W. W. Neither market nor hierarchy: networks forms of organization. *Research in Organizational Behaviour*, vol. 12, 1990.
- SCOTT, W. R. *Institutions and organizations*. California: SAGE Publications, 2008.
- SEBRAE. Internacionalização das micro e pequenas empresas: oportunidades sugeridas pela experiência internacional. *Relatório final*. DAI Brasil, Funcex/Sebrae. Fase 5, projeto 3, Nov, 2012.
- SELZNICK, P. Institutionalism “old” and “new”. *Administrative Science Quarterly*. v. 41, p. 270-277, 1996.
- TOLBERT, P. S.; ZUCKER, L. G. A institucionalização da teoria institucional. In: CLEGG, S. R. et al. *Handbook de estudos organizacionais: modelos e novas questões em estudos organizacionais*. V. 1, p. 196-219, São Paulo: Atlas, 1999.
- WRIGHT, M.; FILATOTCHEV, I.; HOSKISSON, R. E.; PENG, M. W. Strategy research in emerging economies: Challenging the conventional wisdom. *Journal of Management Studies*, v. 42, n.1, p. 1-33, 2005.
- YAMAKAWA, Y.; PENG, M. W.; DEEDS, D. L. What drives new ventures to internationalize from emerging to developed economies? *Entrepreneurship: Theory & Practice*, v. 32, n.1, p. 59-82, 2008.
- ZHU, H.; HITT, M.; TIHANYI, L. The internationalization of SMEs in emerging economies: Institutional embeddedness and absorptive capacities. *Journal of Small Business Strategy*, v. 17, n.2, p. 1-26, 2007.
- ZUCKER, L. G. The role of institutionalization in cultural persistence. In: DiMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W (edits). *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991. p. 83-107.