

# Estudo das principais características que distinguem as empresas exportadoras das não exportadoras

Mário Lino Barata Raposo (\*)

## 1 — Introdução

A exportação constitui, sem dúvida, o principal meio de envolvimento internacional das empresas portuguesas. Partindo dos dados empíricos obtidos numa amostra de empresas do sector têxtil, pretende-se verificar se é possível identificar algumas características da empresa e dos seus dirigentes (empresário ou administrador) que possam servir para distinguir as empresas exportadoras das não exportadoras.

Diversos estudos, levados a cabo por vários autores em vários países, sugerem que poderão existir algumas características mensuráveis e comuns a muitas empresas, que podem fornecer uma maior compreensão acerca dos motivos que levam ou não as empresas a assumir a internacionalização das suas actividades, através da exportação.

Assim, as características que possam vir a servir como potenciais discriminadoras da actividade de exportação são primeiramente identificadas e categorizadas, através de uma procura sistemática na literatura estudada. Com base nesta revisão, os dados obtidos num questionário às empresas do sector têxtil são utilizados para desenvolver medidas operacionais para as características identificadas como úteis e para discriminar entre empresas exportadoras e não exportadoras. Estas medidas são então testadas, utilizando o procedimento estatístico de análise discriminante, incluído no pacote estatístico SPSS.

## 2 — Revisão bibliográfica sobre as potenciais características discriminatórias da actividade de exportação

Desde o início dos anos 60, foi desenvolvida, a nível internacional, uma literatura substancial, que

incide sobre o comportamento das empresas na exportação. Apesar de esta literatura se encontrar largamente dispersa por diferentes publicações, foram efectuadas algumas tentativas tendentes a recolher e sintetizar os estudos realizados na área (Bilkey, 1978; Cavusgil e Nevin, 1981; Reid, 1981, e Cavusgil, 1984).

Segundo a opinião de Cavusgil (1984), a literatura existente sugere que as características que influenciam a actividade de exportação de uma empresa podem ser agrupadas em quatro grupos principais: 1) nas vantagens únicas da empresa; 2) nas características dos dirigentes (empresários ou administradores); 3) no empenhamento de recursos para assumir a exportação; e 4) na atractividade percebida na exportação.

Cavusgil e Naor (1987), num estudo realizado sobre as características da empresa e dos seus dirigentes da zona do **Maine**, nos **EUA**, relacionam extensivamente estes grupos de características com a literatura existente sobre o assunto. Ir-se-á, em seguida, providenciar uma breve explicação sobre estes grupos de características.

### Vantagens únicas da empresa

A principal ênfase colocada pelos vários estudos incide na revelação dos aspectos que podem ser considerados vantajosos para a empresa e que facilitam, ao mesmo tempo, o envolvimento inicial e o desempenho resultante da exportação. Assim, as empresas que participam na exportação aparentam possuir algumas vantagens únicas que faltam às empresas não exportadoras.

As vantagens únicas da empresa estão relacionadas com os seus produtos, com a sua orientação tecnológica, com os mercados e com os seus recursos. As vantagens relacionadas com

\* Professor auxiliar do Departamento de Gestão e Economia da Universidade da Beira Interior desde 1994. Concluiu o Curso de Doutoramento Europeu em Criação e Direcção de PME's, na Universidade Autónoma de Barcelona, Espanha, tendo posteriormente apresentado e defendido na UBI a tese de doutoramento: «Análise da Internacionalização das Actividades das Empresas: O Caso do Sector Têxtil Português».

os produtos incluem a competitividade nos preços, na qualidade e no *design*, a superior tecnologia, as patentes e produtos considerados como únicos. A superioridade tecnológica tem sido também mencionada como uma vantagem da empresa (Macquiness e Little, 1981).

Na opinião de Weidersheim-Paul, Olson e Welch (1978), estas vantagens únicas da empresa actuam como «despertadores de atenção», levando as empresas a pensar na exportação como uma possível estratégia. Apesar de serem consideradas insuficientes, por si só, para darem início à exportação, estas vantagens únicas da empresa são importantes para preparar a empresa e providenciar a motivação inicial dos dirigentes, aspecto este defendido, entre outros autores, por Welch e Wiedersheim-Paul (1980) e Reid (1983).

Outra vantagem própria da empresa que pode facilitar o envolvimento e a expansão da exportação poderá ser a dimensão da empresa (Reid, 1983; 1984). Segundo a opinião deste autor, uma empresa grande terá maior disponibilidade para utilizar recursos financeiros, produtivos e humanos na actividade de exportação.

### **Características dos dirigentes (empresários ou administradores)**

As características dos empresários ou administradores, tais como o tipo de educação, o conhecimento de línguas estrangeiras, as aspirações de crescimento, o gosto para assumir o risco, foram relacionadas com a actividade de exportação. Reid (1981) argumenta que as variáveis como o nível educacional e os conhecimentos de línguas são antecedentes da atitude em relação à exportação. Roux (1987), num estudo envolvendo empresas industriais francesas, concluiu que as características individuais prevalecem sobre as características relacionadas com a empresa. É importante referir que a generalidade dos estudos aqui citados chama a atenção para o papel fundamental desempenhado pelos dirigentes das empresas, empresários ou administradores no assumir da decisão de exportação.

### **Empenhamento de recursos para assumir a exportação**

Muitas tarefas associadas com a exportação são novas para a empresa e envolvem um empenhamento adicional de recursos financeiros e huma-

nos. Algumas destas tarefas são obtenção de informação sobre mercados exteriores, treinamento ou contratação de pessoal especializado, aprendizagem dos aspectos burocráticos relacionados com exportação e visitas aos mercados exteriores. Cavusgil e Nevin (1981) e Cavusgil e Naor (1987) são de opinião que a relutância em disponibilizar recursos suficientes para estas tarefas, especialmente aquelas destinadas a criar uma infra-estrutura de suporte à exportação, é um importante impedimento para o envolvimento internacional.

### **Atractividade percebida na exportação**

Um factor adicional também relacionado com os dirigentes das empresas é a sua percepção acerca do modo como a exportação é atractiva para a empresa. Diversos estudos relacionam a actividade de *marketing* de exportação com as expectativas dos empresários ou administradores em relação aos efeitos provocados pela exportação sobre as metas da empresa como lucros, crescimento, desenvolvimento de mercados e riscos assumidos (Bilkey e Tesar, 1977; Cavusgil e Nevin, 1981) e outros.

Roux (1987), no seu estudo, identifica os exportadores como possuidores de maior sensibilidade em relação à informação, de maiores aspirações de lucro e de maior tolerância em relação ao risco.

A nível nacional serão de referir nesta área os trabalhos de investigação desenvolvidos por:

— Jesus (1990), que, tendo por base um inquérito desenvolvido junto de uma larga amostra de empresas de vários sectores industriais, levou a cabo um extenso estudo sobre as estratégias de exportação das empresas portuguesas, analisando, por um lado, as motivações dos empresários e os objectivos de exportação dos mesmos e, por outro lado, os principais instrumentos da estratégia das empresas.

— Machado (1994), que, tendo por base uma amostra de empresas pertencentes a vários sectores industriais, analisou a relação da exportação com o desempenho das empresas. De acordo com o modelo utilizado, o autor concluiu que o facto de a empresa exportar, ou não, não é particularmente relevante em termos de desempenho; o que realmente conta é a intensidade exportadora das empresas observadas.

### 3 — Metodologia de análise

Uma vez identificados os quatro grupos de características como potencialmente correlacionados com a decisão de exportar das empresas, é necessário seguidamente definir as variáveis que representam estes grupos de características e as suas medidas operacionais, de modo a analisar empiricamente a sua utilidade para distinguir entre empresas exportadoras e não exportadoras.

Tendo conhecimento à partida da situação das empresas, e como tal tendo-as classificado como exportadoras ou não exportadoras, o nosso objectivo está em identificar as diferenças que possam existir entre os perfis dos dois grupos definidos. Por outras palavras, pretende-se discriminar entre os respectivos grupos, variável dependente, com base nos valores observados no conjunto das características estudadas, variáveis independentes.

A técnica estatística utilizada para classificar indivíduos ou objectos em grupos mutuamente exclusivos definidos *a priori* e tendo por base um conjunto de variáveis independentes é a análise discriminante (Dillon e Golstein, 1984). Ainda segundo estes autores, a análise discriminante envolve a derivação de uma combinação linear de um número de variáveis independentes, que irão discriminar melhor os grupos definidos *a priori*, sendo especialmente útil para propósitos de definição de perfis.

#### 3.1 — Obtenção dos dados

A presente investigação faz parte de um projecto de investigação mais amplo em torno da internacionalização das actividades das empresas. Um questionário de 12 páginas, cobrindo as diversas áreas da empresa, foi desenvolvido com base na literatura pertinente e enviado pelo correio à administração das empresas seleccionadas na amostra. Os dados tratados neste estudo referem-se unicamente às questões relevantes, de acordo com a literatura estudada, para distinguir as empresas exportadoras das não exportadoras.

O questionário foi testado previamente numa amostra limitada de empresas escolhida aleatoriamente, de modo a conhecer a sua receptividade, que se veio a revelar dentro dos parâmetros encontrados na literatura.

#### 3.2 — A amostra

Conhecida que é em Portugal a dificuldade em obter a cooperação das pequenas empresas em trabalhos deste género e alertados pelos resultados do teste, optámos pela escolha de uma amostra estratificada, a exemplo do que é efectuado noutras investigações, nomeadamente em Kim e Lim (1988).

A simples utilização das probabilidades aleatórias poderia ter representado uma sobre-representação de pequenas e médias empresas, uma vez que estas constituem 97 % das empresas do sector têxtil. Assim, em alternativa, utilizámos uma amostra estratificada, incluindo pequenas, médias e grandes empresas, no total de 340.

Após o envio de uma segunda carta de lembrança, foram obtidas 143 respostas, das quais 22 não puderam ser utilizadas por corresponderem a empresas já fechadas, respostas incompletas e falta de interesse em colaborar. Ficou-se então com 121 respostas utilizáveis, correspondendo a 35,5 % da amostra total.

De modo a permitir a criação de um grupo mais homogéneo de empresas exportadoras e uma análise mais compreensiva dos motivos e características influenciadoras da decisão de exportação, considerou-se que se deveriam excluir da análise aquelas empresas com maior envolvimento na exportação e supostamente mais experientes. Ficaram então fora da análise as empresas que exportam mais de 51 % do seu volume de vendas. Atendendo a que se trata de um sector grandemente exportador, pressupõe-se que as empresas que exportam menos de 51 % do seu volume de vendas são menos activas na exportação, estão ou permanecem ainda num estágio inicial de envolvimento internacional. Este procedimento não é novidade, uma vez que já foi assumido por outros autores, nomeadamente Cavusgil e Naor (1987).

Uma vez excluídas as empresas com maior propensão a exportar, reteve-se para análise uma subamostra de 62 empresas, sendo 44 exportadoras e 18 não exportadoras.

#### 3.3 — Variáveis utilizadas

A variável dependente foi medida dicotomicamente, baseada no facto de a empresa ser ou não exportadora. Conforme atrás já foi explica-

do, as empresas exportadoras consideradas para este tratamento são aquelas que exportam menos de 51 % do seu volume de vendas (e que em princípio serão menos activas na exportação), estarão em fase de experimentação ou estarão num estágio inicial de envolvimento internacional. As empresas não exportadoras são aquelas que não exportam actualmente ou que nunca exportaram produtos.

Dos dados obtidos no questionário foram utilizadas 24 variáveis para medir as características das empresas e dos tomadores de decisão, que serão utilizadas como variáveis discriminantes. Estas variáveis podem ser classificadas nos quatro grupos de características já identificados. O quadro 1 descreve a operacionalização das variáveis discriminantes, juntamente com as escalas de medida utilizadas.

QUADRO 1

## Variáveis discriminantes

### Vantagens únicas da empresa

Dimensão da empresa .....	$X_1$ — Número de empregados (medido numa escala onde:
	1 = [ $<$ 25 empregados]
	2 = [25-50 empregados]
	3 = [51-100 empregados]
	4 = [101-250 empregados]
	5 = [251-500 empregados]
	6 = [ $>$ empregados]
	$X_2$ — Volume de vendas (medido numa escala onde:
	1 = [ $<$ 100 000 contos]
	2 = [100 001-250 000 contos]
	3 = [250 001-500 000 contos]
	4 = [500 001-1000 000 contos]
	5 = [1000 001-2500 000 contos]
	6 = [2500 001-5000 000 contos]
	7 = [ $>$ 5000 001 contos]
Antiguidade da empresa .....	$X_3$ — Antiguidade da empresa (medida numa escala onde:
	1 = [ $>$ 25 anos]
	2 = [15-25 anos]
	3 = [ 6-14 anos]
	4 = [ 1-5 anos]
Capital social .....	$X_4$ — Valor do capital social (medido numa escala onde:
	1 = [ $<$ 25 000 contos]
	2 = [ 25 001-50 000 contos]
	3 = [ 50 001-100 000 contos]
	4 = [100 001-500 000 contos]
	5 = [ $>$ 500 001 contos]
Grau de integração vertical .....	$X_5$ — Fases da cadeia do processo têxtil (medidas numa escala onde:
	1 = [1 fase]
	2 = [2 fases]
	3 = [3 fases]
	4 = [4 fases]
	5 = [5 fases]
	6 = [6 fases]
	7 = [7 fases]
Pontos fortes da empresa .....	$X_6$ — Classificação da rentabilidade em relação à média do sector (medida numa escala onde:
	1 [É mais baixa]
	2 [É igual]
	3 [É mais alta]
	$X_7$ — Classificação do custo financeiro em relação à média do sector (medida numa escala onde:
	1 [É mais baixa]
	2 [É igual]
	3 [É mais alta]
Orientação tecnológica .....	$X_8$ — A empresa tem utilizado novas tecnologias (automatização, informatização, robotização, tecnologias de comercialização, etc.) (medida dicotomicamente:
	1-Sim
	2-Não)

$X_9$  — Número de novas tecnologias utilizadas (medido numa escala onde:

- 1 = [1 tecnologia nova]
- 2 = [2 tecnologias novas]
- 3 = [3 tecnologias novas]
- 4 = [4 tecnologias novas]
- 5 = [ $\geq 5$  tecnologias novas]

### Empenhamento na exportação

Procura de informação .....  $X_{10}$  — Classificação da informação e ajuda obtida junto do ICEP (medida numa escala de 1 a 5, onde 1 *Não utiliza* a 5 *Muito boa*)

$X_{11}$  — Classificação da informação e ajuda obtida junto de outros organismos oficiais (medida numa escala de 1 a 5, onde 1 *Não utiliza* a 5 *Muito boa*)

Viagens de negócios ao estrangeiro .....  $X_{12}$  — Média de viagens ano ao estrangeiro (medida numa escala onde:

- 1 = [Nunca]
- 2 = [1 vez ano]
- 3 = [2 vezes ano]
- 4 = [3-4 vezes ano]
- 5 = [ $\geq 5$  vezes ano]

Contratação de pessoal com formação superior  $X_{13}$  — A empresa contratou pessoal com formação superior (medida dicotomicamente:

- 1-Sim
- 2-Não)

### Características do empresário ou administrador

Idade .....  $X_{14}$  — Idade do empresário (medida numa escala onde:

- 1 = [ $< 35$  anos]
- 2 = [36-50 anos]
- 3 = [ $\geq 51$  anos]

Criador da empresa .....  $X_{15}$  — Empresário actual foi o criador da empresa (medida dicotomicamente:

- 1-Sim
- 2-Não)

Há quantos anos dirige a empresa .....  $X_{16}$  — Há quanto tempo dirige a empresa (medido numa escala onde:

- 1 = [ $< 5$  anos]
- 2 = [5-15 anos]
- 3 = [ $\geq 16$  anos]

Educação .....  $X_{17}$  — Nível de educação (medida numa escala onde:

- 1 = [Nível primário]
- 2 = [Nível secundário]
- 3 = [Nível superior]
- 4 = [Nível pós-graduação]

Fluência em línguas estrangeiras .....  $X_{18}$  — Fluência em espanhol (medida numa escala de 1 *Não conhece* a 5 *conhece muito bem*)

$X_{19}$  — Fluência em francês (medida numa escala igual a  $X_{18}$ )

$X_{20}$  — Fluência em inglês (medida numa escala igual a  $X_{18}$ )

$X_{21}$  — Fluência em alemão (medida numa escala igual a  $X_{18}$ )

### Atractividade percebida na exportação

Risco percebido na exportação .....  $X_{22}$  — Opinião sobre as relações comerciais a nível internacional (medida numa escala onde:

- 1 = [Sem interesse]
- 2 = [Arriscadas]
- 3 = [Pouco arriscadas]
- 4 = [Necessárias]
- 5 = [Absolut. necessárias]

Política de produto .....  $X_{23}$  — Para onde são desenvolvidos os produtos da empresa (medida numa escala onde:

- 1 = [Mercado nacional]
- 2 = [Mercado internacional]
- 3 = [Ambos]

Cooperação com outras empresas internacionais.  $X_{24}$  — A empresa tem algum tipo de cooperação com outras empresas (produção, comercialização, I&D, etc.) (medida dicotomicamente:

- 1-Sim
- 2-Não)

*Elaboração própria.*

#### 4 — A análise discriminante

A análise discriminante foi levada a cabo em duas etapas. Numa primeira etapa, pretendeu-se reduzir o conjunto das 24 variáveis discriminantes utilizadas a um grupo mais restrito de variáveis significativas. Para verificar se as variáveis são ou não significativas ir-se-ão testar as diferenças entre as médias dos grupos para cada variável discriminante.

Procedeu-se então em primeiro lugar a uma análise *one-way* (Anova) da variância, para verificar se as médias das variáveis discriminantes

consideradas inicialmente diferem significativamente entre os dois grupos de empresas. O quadro 2 apresenta os resultados deste teste. Foram encontradas diferenças significativas entre empresas exportadoras e não exportadoras, no caso de 14 variáveis discriminantes.

Numa segunda etapa, estas 14 variáveis foram relacionadas com a variável dependente através de uma análise discriminante, utilizando o método directo, de acordo com o qual todas as variáveis são introduzidas simultaneamente na análise discriminante.

QUADRO 2

**Características que distinguem as empresas exportadoras das não exportadoras: médias desvio padrão e resultados da *one-way* (Anova)**

	Grupos		F	P
	Exportador	Não exportador		
<b>Vantagens únicas da empresa</b>				
Número de empregados .....	4,45 (1,13)	2,77 (1,30)	25,6476	0,000
Volume de vendas .....	4,97 (1,02)	2,33 (1,49)	64,5697	0,000
Antiguidade da empresa .....	3,39 (0,95)	2,00 (1,53)	16,2491	0,002
Capital social .....	4,68 (1,34)	2,33 (1,71)	33,1433	0,000
Integração vertical .....	3,50 (2,41)	2,17 (1,38)	4,8063	0,032
Rendibilidade da empresa .....	2,02 (1,02)	1,67 (1,03)	1,5429	N. S.
Custo financeiro da empresa .....	1,54 (1,04)	1,94 (1,16)	1,7467	N. S.
Utilização de novas tecnologias .....	1,18 (0,39)	1,55 (0,51)	9,7415	0,003
Número de tecnologias utilizadas .....	1,61 (1,06)	0,94 (1,21)	4,6777	0,035
<b>Empenhamento na exportação</b>				
Informação obtida do ICEP .....	2,97 (1,15)	1,61 (1,37)	16,0271	0,002
Informação obtida de outros organismos .....	2,75 (1,59)	2,16 (1,58)	1,7301	N. S.
Número médio de viagens .....	4,29 (1,07)	2,50 (1,21)	32,6567	0,000
Contratação de pessoal superior .....	1,36 (0,49)	1,66 (0,49)	4,9628	0,030
<b>Características do empresário</b>				
Idade .....	2,38 (0,75)	2,27 (0,67)	0,2820	N. S.
Criador da empresa .....	1,57 (0,50)	1,39 (0,50)	1,6346	N. S.
Anos dirigindo a empresa .....	2,45 (0,70)	2,00 (0,77)	5,1233	0,027
Nível de formação .....	2,41 (0,73)	2,50 (1,04)	0,1540	N. S.
Conhecimentos de espanhol .....	3,20 (1,30)	2,61 (1,46)	2,4664	N. S.
Conhecimentos de francês .....	3,50 (1,32)	2,94 (1,51)	2,0761	N. S.

	Grupos		F	P
	Exportador	Não exportador		
Conhecimentos de inglês .....	3,18 (1,26)	2,72 (1,27)	1,6837	N. S.
Conhecimentos de alemão .....	1,31 (1,05)	1,17 (0,71)	0,3139	N. S.
<b>Atractividade percebida</b>				
Opinião sobre risco percebido .....	4,45 (0,82)	3,33 (1,28)	16,9308	0,000
Política de produto .....	2,47 (0,85)	1,11 (1,28)	41,1596	0,000
Cooperação com empresas internacionais .....	1,84 (0,37)	2,00 (0,00)	3,2956	0,075

O desvio padrão é apresentado dentro de parêntesis.

São considerados não significativos os valores de F com probabilidade superior a 0,1.

A análise discriminante resultou na função discriminante, cujos coeficientes são apresentados no quadro 3. Os centróides ou valores médios da função discriminante são: — 2,518 para o grupo das empresas exportadoras e 1,03009 para o grupo das empresas não exportadoras.

QUADRO 3

**Resultados da análise discriminante (N = 62)**

Função discriminante canónica, estimada nas médias dos grupos (centróides)

Variável grupo:

Empresas exportadoras .....	1,03009
Empresas não exportadoras .....	— 2,51800

**Coefficientes da função discriminante estandardizados**

Variáveis discriminantes<sup>1</sup>:

Volume de vendas .....	0,80
Número de empregados .....	— 0,65
Capital social da empresa .....	0,53
Opinião sobre informação obtida .....	0,45
Utilização de novas tecnologias .....	— 0,44
Contratação de pessoal com formação superior	0,40
Política de produto .....	0,37
Cooperação com empresas internacionais	— 0,35
Antiguidade de dirigente .....	0,24
Opinião sobre o risco .....	0,23
Número de novas tecnologias utilizadas	— 0,22
Grau de integração vertical .....	0,20
Número de viagens ao exterior .....	— 0,13
Antiguidade da empresa .....	0,12

<sup>1</sup> Com poucas excepções, as correlações entre as variáveis discriminantes são inferiores a 0,30.

Para comprovar que os dois grupos são estatisticamente diferentes, utilizar-se-á o valor do **Wilks' lambda**. Segundo Norusis (1990), o Wilks' lambda pode ser transformado numa variável com uma distribuição aproximada do  $\chi^2$  (qui-quadrado), podendo então ser utilizado para determinar se os dois grupos são estatisticamente diferentes. O valor de lambda representa a proporção da variância total dos coeficientes discriminantes, não explicada pela diferença entre os grupos. Assim, o valor do lambda calculado em 0,2717, foi transformado num valor do qui-quadrado de 69,058, com 14 graus de liberdade e estatisticamente significativa a um nível de 0,00001. Portanto, parece pouco provável que as empresas exportadoras e as não exportadoras tenham as mesmas médias na função discriminante.

Dada a significância estatística entre os dois grupos, é conveniente examinar a contribuição individual das variáveis na função discriminante. Os coeficientes das variáveis representam em valor absoluto a importância relativa de cada uma para distinguir entre empresas exportadoras e não exportadoras.

Para testar a validade da função discriminante obtida é necessário determinar se o número actual de empresas correctamente englobadas nos grupos difere significativamente daquele número que esperaríamos classificar nos grupos, de acordo com a função discriminante obtida.

Os resultados da validação, resultante do cruzamento da função discriminante com as empresas da amostra utilizada, são apresentados no quadro 4. Desta validação, verificámos que 96,77% das empresas foram correctamente classificadas nos seus grupos através da função discriminante, o que revela um certo esmero da função discriminante obtida, podendo ser considerada, assim, como relevante para classificar as empresas do sector têxtil em exportadoras ou não exportadoras.

QUADRO 4

**Validação da função discriminante com a amostra de empresas utilizada**

Grupo actual	Grupo previsto		Total actual
	Não exportador	Exportador	
Não exportador .....	18 (100 %)	0 (0 %)	18
Exportador .....	2 (4,5 %)	42 (95,5 %)	44
Total previsto .....	20	42	62

Percentagem de casos correctamente classificados =  

$$= (100) \frac{18 + 42}{62} = 96,77\%.$$

**5 — Interpretação e discussão dos resultados obtidos**

Os resultados obtidos levam-nos a efectuar alguns comentários. Em primeiro lugar, é admissível considerar que as variáveis tomadas em consideração nesta análise são relevantes para explicar o facto de as empresas do sector têxtil estarem ou não envolvidas em actividades de exportação, comprovando-se, deste modo, a hipótese de investigação. Como podemos ver através do quadro 3, dos aspectos que discriminam mais significativamente entre os dois grupos de empresas, podemos salientar que:

- a) As vantagens únicas da empresa, que podem ser comprovadas pela inclusão na função discriminante das variáveis capital social, número de empregados e volume de vendas;
- b) A atractividade percebida na exportação pode ser comprovada pela inclusão na função discriminante das variáveis opinião sobre o risco das relações internacionais e política de produto;
- c) O empenhamento colocado na exportação pode ser comprovado pela inclusão na função discriminante das variáveis opinião sobre ajuda e informação obtida e contratação de pessoal com formação superior;
- d) As características dos dirigentes das empresas estão representadas unicamente com a inclusão da variável antiguidade de dirigente.

Em segundo lugar, é possível admitir que os perfis das empresas exportadoras e não exportadoras podem ser desenvolvidos utilizando a informação constante dos quadros 2 e 3. Assim,

as empresas exportadoras aparentam ser aquelas empresas de maior dimensão, caracterizadas por possuírem um maior volume de capital social, mais empregados e maior volume de vendas. Características semelhantes foram também encontradas por Ogbuehi e Longfellow (1994), num estudo desenvolvido sobre as características das empresas que revelam maior grau de experiência na exportação. Por outro lado, está de acordo com as descobertas e argumentos de Reid (1982, 1983 e 1985) acerca da importância da dimensão da empresa na exportação. Esta descoberta parece contrariar o estudo desenvolvido por Czinkota e Johnston (1983), onde argumentam que a dimensão da empresa não é uma característica relevante para o desenvolvimento das exportações.

Num outro estudo realizado na Noruega por Gripsud (1990) sobre as características das empresas influenciadoras da decisão de exportar para mercados psicologicamente distantes, foi também concluído que as empresas de maiores dimensões tendem a ser mais activas no envolvimento em actividades de exportação para estes mercados.

Os dirigentes das empresas exportadoras apresentam uma maior propensão para assumir riscos, para viajar ao exterior e para procurar informação sobre os mercados exteriores junto do ICEP<sup>1</sup>. Sobre estes aspectos, Reid (1984), num estudo desenvolvido junto de pequenas empresas canadianas, concluiu que os dirigentes de empresas potenciais exportadoras privilegiavam os contactos com os mercados exteriores: viagens ao exterior e apoio de organismos mais ligados à exportação.

A contratação de pessoal superior e uma política de produto virada para a exportação apoiada em novas tecnologias são outras características destas empresas, apoiadas pela comprovação estatística das diferenças entre as médias dos dois grupos. A experiência acumulada pelas empresas parece ser um aspecto também a considerar para a entrada na exportação, pois as diferenças nas médias da variável antiguidade da empresa e antiguidade de dirigente estão também estatisticamente comprovadas.

As empresas não exportadoras do sector têxtil tendem a possuir características opostas às empresas exportadoras. Assim, estas empresas

<sup>1</sup> ICEP — Instituto de Comércio Externo Português, organismo oficial de apoio à exportação.



são de menores dimensões, são menos capazes de assumir riscos e têm uma política de produto mais virada para o mercado interno. Os empresários e administradores destas empresas dão menos importância à informação e ajuda fornecida pelo ICEP. Por último, estas empresas são menos agressivas na utilização de novas tecnologias.

Uma terceira conclusão possível de retirar é que os quatro grandes grupos de variáveis utilizados para distinguir entre empresas exportadoras e não exportadoras diferem na sua capacidade discriminante. De facto, as vantagens únicas da empresa, a atractividade percebida e o empenhamento na exportação estão claramente ligadas à actividade de exportação.

Um pouco surpreendentemente, as características do tipo sócio-demográfico dos dirigentes parecem ter muito pouca influência na decisão de exportar ou não. De facto, a única variável deste grupo incluída na função discriminante, a antiguidade de dirigente, apresenta um coeficiente com baixo valor; portanto, com pouco poder discriminante. Estes resultados contrariam largamente a maioria dos estudos efectuados noutros países, em que estas características dos dirigentes prevalecem sobre as outras variáveis, conforme pode ser comprovado nos estudos desenvolvidos, entre outros, por Bilkey e Tesar (1977), Reid (1981), Cavusgil e Nevin (1981) e Roux (1987). Uma explicação para este facto poderá estar na utilização de intervalos para medir as variáveis que podem ter subestimado as diferenças reais; pensamos que investigações futuras devem ter em consideração este aspecto.

## 6 — Limitações

É relevante referir aqui alguns aspectos que nos levam a interpretar os resultados obtidos com algumas reservas. Em primeiro lugar (dada a reduzida amostra de empresas utilizada), deverá ter cuidado em assumir generalizações. Além disso, será também importante efectuar análise que envolva empresas de outros sectores de actividade.

Em segundo lugar, há que admitir que podem ser utilizadas outras medidas para as variáveis dependente e independentes. Por exemplo: o critério dicotómico da variável dependente é demasiado rígido, pois não considera aspectos como um não exportador desinteressado e um

interessado não exportador. Investigações futuras deverão ter em atenção este aspecto e deverão procurar desenvolver medidas alternativas, para as variáveis dependente e independentes.

Em terceiro lugar, apesar de diversas variáveis da empresa estarem correlacionadas com a actividade de exportação, a questão da causalidade permanece desconhecida. As investigações de Johanson e Vahlne (1977) e Cavusgil e Nevin (1981) e Cavusgil e Naor (1987) sugerem que vários determinantes não se encontram no mesmo estágio do processo causal. Pensamos que será necessário desenvolver estudos longitudinais, para providenciar esclarecimentos acerca dos aspectos dinâmicos relativos ao comportamento de exportação das empresas.

## 7 — Conclusões

Os resultados obtidos nesta investigação sugerem que as empresas que se envolvem em actividades de exportação se caracterizam pela sua maior dimensão em termos de volume de vendas, número de empregados e maior volume de capital social. Além disso, os dirigentes daquelas empresas aparentam ser mais capazes de assumir riscos, viajam mais ao exterior e são mais activos na procura de informação sobre mercados exteriores.

A antiguidade das empresas, juntamente com a antiguidade dos seus dirigentes, parece confirmar que a experiência acumulada pelas empresas é também um importante factor a ter em conta para distinguir as empresas exportadoras das não exportadoras. As variáveis do tipo sócio-demográfico dos dirigentes das empresas parecem ter pouca influência na decisão de exportar ou não, uma vez que a única variável com algum significado, a antiguidade dos dirigentes, apresenta pouco poder discriminante.

Apesar de a investigação ter sido levada a cabo unicamente no sector têxtil, os resultados podem ter implicações a nível da gestão das empresas e das políticas públicas.

Assim, a nível da gestão das empresas, a atractividade da exportação pode ser analisada verificando as vantagens da empresa em relação à exportação. Características como a experiência dos dirigentes e a antiguidade da empresa, que podem ter reflexos a nível financeiro e a nível

de planeamento, aparentam facilitar o envolvimento na exportação. Além disso, parece que os dirigentes das empresas são mais capazes de obter vantagens resultantes da actividade de exportação quando se empenham em obter conhecimentos sobre os mercados exteriores, seja através de viagens ao exterior seja através da recolha de informação nos organismos públicos de apoio.

Os resultados obtidos aparentam ser também úteis para os esforços públicos tendentes a envolver as empresas em actividades de exporta-

ção, que poderão ser mais eficazes se, atempadamente, se segmentarem em grupos, uma vez que nem todas necessitam do mesmo tipo de ajuda.

Por fim, parece desejável aumentar as expectativas dos dirigentes em relação à exportação como meio de envolver as empresas nesta actividade. Do mesmo modo, pode ser importante divulgar entre as empresas os meios colocados à sua disposição, financeiros, de seguros e de assistência, de modo a reduzir o risco envolvido na exportação.

## Bibliografia

- BILKEY, Warren, e TESAR, G. (1977), «The Export Behavior of Smaller-sized Wisconsin Manufacturing Firms», *Journal of International Business Studies*, n.º 8, pp. 93-96.
- BILKEY, Warren (1982), «An Attempted Integration of the Literature on the Export Behavior of Firms», *Journal of International Business Studies*, Spring-Summer, pp. 33-46.
- CAVUSGIL, S. Tamer, e NEVIN, John R. (1981), «State-of-the-art in International Marketing», in *Review of Marketing*, pp. 195-216.
- CAVUSGIL, S. Tamer (1984), «Organizational Characteristics Associated with Export Activity», in *Journal of Management Studies*, vol. 21, pp. 3-22.
- CAVUSGIL, S. Tamer, e NAOR, Jaccob (1987), «Firm and Management Characteristics as Discriminants of Export Marketing Activity», in *Journal of Business Research*, n.º 15, pp. 221-235.
- CZINKOTA, Michael, e JOHNSTON, W. J. (1983), «Exporting: Does Sales Volume Make a Difference», in *Journal of International Business Studies*, Spring/Summer, pp. 147-153.
- DILLON, William R., e GOLDSTEIN, Mathew (1984), *Multivariate Analysis — Methods and Applications*, John Willey & Sons, New York.
- GRIPSUD, Geir (1990), «The determinants of Export Decision and Attitudes to a Distant Market; Norwegian Fishery Exports to Japan», in *Journal of International Business Studies*, third quarter, pp. 469-485.
- JESUS, Avelino (1990), «Estratégias de exportação das empresas portuguesas», estudo desenvolvido no ISEG, editado por Avelino de Jesus, Lisboa.
- JOHANSON, J., e VHALNE, J. E. (1977), «The Internationalization Process of the Firm — A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign markets Commitment», in *Journal of International Business Studies*, Spring Summer.
- KIM, Linsu, e LIM, Yooncheol (1988), «Environement, Generic Strategies and Performance in a Rapidly Developing Country. A Taxonomic Approach», in *Academy of Management Journal*, vol. 31, n.º 4, pp. 802-827.
- MACHADO, Carlos A. P. (1994), «Exports and firm performance», artigo apresentado no 3.º Encontro Nacional de Economia Industrial, Porto.
- MCGUINNESS, Norman W., e LITTLE, Blair (1981), «The Influence of Product Characteristics on the Export Performance of New Industrial Products», in *Journal of Marketing*, 45, Spring, pp. 110-122.
- NORUSIS, Marija J. (1990), *SPSS/PC + Statistical Data Analysis*, SPSS Inc. Chicago.
- OGBUEHI e LONGFELLOW (1994), «Perceptions of U. S. Manufacturing SMEs Concerning Exporting: A Comparison Based on Export Experience», in *Journal of Small Business Management*, vol. 32, n.º 4, October, pp. 37-47.
- REID, Stanley (1981), «The Decision-Maker and Export Entry and Expansion», in *Journal of International Business Studies*, 12, Fall, pp. 101-112.
- (1982), «The Impact of Size on Export Behavior in Small Firms», in *Export Management: An International Context*, New York, Praeger Ed., pp. 18-38.
- (1983), «Firm Internationalization, Transaction Costs and Strategic Choice», in *International Marketing Review*, vol. 1, n.º 2, pp. 44-56.
- (1984), «Information Aquisition and Export Entry Decisions in Small Firms», in *Journal of Business Research*, vol. 12, pp. 141-157.
- (1985), «Exporting: Does Size Make a Difference? — Coment», in *Journal of International Business Studies*, Summer, pp. 153-155.
- ROUX, Elyette (1987), «Manager's Attitudes Toward Risk Among Determinants of Export Entry of Small and Medium Sized Firms», in Philip Rosson e Stnaley Reid, Ed., *Export Entry and Expansion*, pp. 95-110.
- WELCH, Lawrence, e WIERDERSHEIM-PAUL (1980), «Initial Exports — A Marketing Failure?», in *Journal of Management Studies*, vol. 17, October.
- WIERDERSHEIM-PAUL, FINN, OLSON, HANS e WELCH, Lawrence (1978), «Pre-export Activity: the first step in Internationalization», in *Journal of International Business Studies*, Spring/Summer, pp. 47-58.

