



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E**  
**CONTABILIDADE**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**LUCAS BARROSO GIRÃO**

**ENTRAVES DA INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS BRASILEIRAS:**  
**ESTUDO DO SETOR DE PISCICULTURA ORNAMENTAL**

**FORTALEZA**

**2017**

LUCAS BARROSO GIRÃO

ENTRAVES DA INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS BRASILEIRAS: ESTUDO  
DO SETOR DE PISCICULTURA ORNAMENTAL

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Márcia Zabdiele Moreira.

FORTALEZA

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

- G432e Girão, Lucas.  
ENTRAVES DA INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS BRASILEIRAS: ESTUDO DO  
SETOR DE PISCICULTURA ORNAMENTAL / Lucas Girão. – 2017.  
68 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia,  
Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Administração, Fortaleza, 2017.  
Orientação: Prof. Dr. Márcia Zabdiele.
1. Internacionalização de Empresas. 2. Estratégias de Internacionalização. 3. Piscicultura. I. Título.  
CDD 658
-

LUCAS BARROSO GIRÃO

ENTRAVES DA INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS BRASILEIRAS: ESTUDO  
DO SETOR DE PISCICULTURA ORNAMENTAL

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovada em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Márcia Zabdiele Moreira (Orientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Luiz Carlos Murakami  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Me. Pedro Felipe da Costa Coelho  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Dedico este trabalho aos meus pais, José  
Blanchard Girão Ribeiro Filho e Giovana  
Barroso Coelho Girão.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a meu falecido avô Blanchard Girão, por todos os ensinamentos, o carinho, as idas ao sítio da família, as figurinhas dos álbuns de futebol, os jogos do Fortaleza, enfim, pela melhor época de minha vida. O que me resta hoje é a saudade, porém me conforta saber que ele está abençoando a mim e toda minha família lá de cima, e está orgulhoso do seu neto mais velho.

Segundamente, gostaria de agradecer a três pessoas essenciais para a realização desse trabalho, meu pai José Blanchard Girão Ribeiro Filho, pela imensa ajuda conhecimento da área e prestatividade nos momentos que mais precisei de ajuda. Minha mãe, Giovana Barroso Coelho Girão, por sempre me apoiar nos momentos de fraqueza, nas dificuldades do dia a dia e por sempre se fazer presente nas horas que mais precisei. Á professora Márcia Zabdiele Moreira, por toda a ajuda e ensinamentos ao longo desse trabalho tão árduo, por todas as várias perguntas que eu trazia em todas as reuniões e por pacientemente responde-las, uma por uma. Por fim, a uma pessoa muito importante na minha vida, Dímitra Bernardino Kyrтата, por sempre estar presente quando mais precisei, pelo carinho e pela paciência de todos esses anos, além do grande suporte na realização deste trabalho.

Gostaria também de agradecer imensamente toda a minha família, por todos os anos de convívio maravilhosos que tivemos juntos, e pelos muito mais que teremos no futuro, vocês são a base de tudo em minha vida.

Gostaria de agradecer também a Deus, por tudo de bom que tem feito em minha vida sempre, às vezes não agradecemos o suficiente por tudo que temos, porém Deus é bom sempre para todos, e só nos resta sermos gratos a Ele por todas as bênçãos concebidas em nossas vidas.

Por fim, gostaria de agradecer também a todos os meus amigos, amigas e colegas, especialmente as amigades que carrego desde os tempos de colégio e os que a faculdade me proporcionou ao longo desses cinco longos anos de convívio, muito obrigado por tudo, sem vocês esse trabalho não seria possível.

“O céu é muito alto” (GIRÃO, 1964).

## RESUMO

A aquicultura é uma atividade praticada há milhares de anos pelos seres humanos. A criação de peixes para consumo e como animais de estimação é uma prática muito antiga, que permanece até os dias de hoje, sendo indispensáveis para a sociedade. As pisciculturas estão se desenvolvendo cada vez mais à medida que o tempo passa, tornando-se uma atividade bastante lucrativa se desenvolvida da maneira correta. O objetivo geral deste trabalho é analisar os entraves do processo de internacionalização das empresas brasileiras do setor de piscicultura. A metodologia do trabalho se deu de forma exploratória, qualitativa e descritiva. Um estudo de caso foi realizado, obtendo-se a coleta de dados por meio de uma entrevista, que foi respondido por um gestor do ramo de piscicultura ornamental a fim de entender quais os entraves mais afetaram e ainda afetam no processo de internacionalização de sua empresa, sendo os dados tabulados por meio de análise de discurso. Os entraves enfrentados pelo gestor entrevistado são principalmente a burocracia excessiva, a falta de infraestrutura brasileira, a falta de apoio das instituições públicas brasileiras e os altos custos tributários. Esses entraves são os mesmos que enfrentam outros gestores por todo o país, de setores diferentes, conforme os relatórios da CNI (2014) e CNI (2016), o que mostra que o Brasil é um país muito burocrático e pouco propenso ao empreendedorismo e à exploração de novos mercados, devido principalmente aos altos impostos, sua precária infraestrutura e excesso de leis confusas e contraditórias.

**Palavras-chaves:** Internacionalização de Empresas. Entraves. Estratégias de Internacionalização. Piscicultura.



## **ABSTRACT**

Aquaculture is an activity practiced for thousands of years by humans. The creation of fish for consumption and as pets is a very old practice, which remains to this day and is indispensable for society. Fish farms are developing more and more as time passes, becoming a very profitable activity if developed in the right way. The general objective of this work is to analyze the obstacles of the internationalization process of the Brazilian companies of the fish farming sector. The methodology of the work was done in an exploratory, qualitative and descriptive way. A case study was carried out, obtaining the data collection through an interview, which was answered by a manager of the ornamental fishery industry in order to understand which obstacles affected and still affect the process of internationalization of his company, the data being tabulated by means of discourse analysis. The obstacles faced by the manager interviewed are mainly excessive bureaucracy, lack of infrastructure, lack of support from Brazilian public institutions and high tax costs. These obstacles are the same as those faced by other managers across the country, from different sectors, according to the CNI(2014) and CNI (2016) reports, which shows that Brazil is a very bureaucratic country and not very prone to entrepreneurship and the exploration of new markets, mainly due to high taxes, its precarious infrastructure and excessive confusing and contradictory laws.

**Keywords:** Internationalization of Companies. Obstacles. Internationalization Strategies. Fish Farm.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 –	Aspectos positivos e benefícios da Internacionalização.....	20
Quadro 2 –	Vantagem/Desvantagens da exportação direta.....	28
Quadro 3 –	Vantagens e desvantagens das franchisings.....	29
Quadro 4 –	Aspectos positivos e negativos das joint ventures.....	30
Quadro 5 –	Segmentos de mercado para peixes ornamentais.....	33
Quadro 6 –	Autores que fundamentaram a entrevista.....	48

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 –	Porcentagem do impacto das condições atuais da infraestrutura no Brasil.....	24
Tabela 2 –	Crescimento médio anual (1970 – 2008)	37
Tabela 3 –	<i>Ranking</i> dos maiores exportadores de peixe do mundo em 2010 .	38
Tabela 4 –	Ranking dos maiores importadores de peixe do mundo em 2010.	38
Tabela 5 –	Produção aquícola entre 2013-2015 .....	41
Tabela 6 –	Produção por região no Brasil (Em toneladas) .....	41

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Fatores motivacionais para internacionalização de empresas brasileiras.....	21
Gráfico 2 – Comparação entre a projeção global e a produção global de peixes entre os anos 2000 – 2008.....	35
Gráfico 3 – Porcentagem dos grupos de produção aquícola.....	36
Gráfico 4 – Classificação dos 13 principais produtores aquícolas em 2012 ....	37
Gráfico 5 – Panorama da Exportação de Ornamentais.....	43
Gráfico 6 – Panorama da Exportação de Ornamentais no Estado do Ceará.....	44
Gráfico 7 – Valorização do Preço Unitário médio (Estado do Ceará).....	45

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABLA	Associação Brasileira de Lojas de Aquarofilia
ADECE	Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará
AL MINHO	Associação Industrial do Minho
APEXBRASIL	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
BBC	<i>British Broadcasting Corporation</i>
CNI	Confederação Nacional da Indústria
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente
ICMS	Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
IDE	Investimento Direto Estrangeiro
IPI	Imposto Sobre Produtos Industrializados
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MERCOSUL	Mercado Comum do Sul
OFI	<i>Ornamental Fish International</i>
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento Econômico
PIB	Produto Interno Bruto (PIB)
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>2</b>	<b>INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1</b>	<b>Significado e importância.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2</b>	<b>Entraves para a internacionalização.....</b>	<b>22</b>
<b>2.3</b>	<b>Estratégias de internacionalização.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3.1</b>	<b><i>Exportações.....</i></b>	<b>26</b>
<b>2.3.1.1</b>	<b><i>Exportações indiretas.....</i></b>	<b>27</b>
<b>2.3.1.2</b>	<b><i>Exportações diretas.....</i></b>	<b>27</b>
<b>2.3.2</b>	<b><i>Estratégias contratuais.....</i></b>	<b>28</b>
<b>2.3.2.1</b>	<b><i>Licenciamento.....</i></b>	<b>29</b>
<b>2.3.2.2</b>	<b><i>Franchising.....</i></b>	<b>29</b>
<b>2.3.3</b>	<b><i>Investimentos diretos.....</i></b>	<b>30</b>
<b>2.3.3.1</b>	<b><i>Joint ventures.....</i></b>	<b>30</b>
<b>3</b>	<b>PISCICULTURA.....</b>	<b>32</b>
<b>3.1</b>	<b>Pisciculturas em âmbito internacional.....</b>	<b>33</b>
<b>3.2</b>	<b>Pisciculturas em âmbito nacional.....</b>	<b>40</b>
<b>3.3</b>	<b>Pisciculturas em âmbito local.....</b>	<b>43</b>
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>47</b>
<b>4.1</b>	<b>Procedimentos metodológicos.....</b>	<b>47</b>
<b>5</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>50</b>
<b>5.1</b>	<b>Apresentação da empresa.....</b>	<b>50</b>
<b>5.2</b>	<b>Processo de internacionalização.....</b>	<b>51</b>
<b>5.3</b>	<b>Entraves da internacionalização e soluções da empresa H&amp;K.....</b>	<b>51</b>
<b>5.3.1</b>	<b><i>Custos tributários.....</i></b>	<b>52</b>
<b>5.3.2</b>	<b><i>Burocracia excessiva do país.....</i></b>	<b>53</b>
<b>5.3.3</b>	<b><i>Custo dos transportes.....</i></b>	<b>53</b>
<b>5.3.4</b>	<b><i>A infraestrutura brasileira.....</i></b>	<b>54</b>
<b>5.4</b>	<b>Entraves econômicos.....</b>	<b>54</b>
<b>5.5</b>	<b>Entraves ambientais.....</b>	<b>55</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>57</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>59</b>
	<b>APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....</b>	<b>65</b>

<b>ANEXOS.....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXO A – PEIXES ORNAMENTAIS.....</b>	<b>67</b>

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com Alem e Cavalcanti (2005), o investimento de empresas brasileiras no exterior no início da década de 1980 não passava dos US\$ 900 milhões, concentrados principalmente entre instituições financeiras, por algumas empresas de construção e pela Petrobrás. Para efeito de comparação, entre 1983-1992, os investimentos diretos chegaram aproximadamente à US\$ 2,5 bilhões.

A partir daí, o país mudou bastante, em vários âmbitos: social, político e econômico. Segundo Bonelli (1998), o cenário econômico brasileiro sofreu grandes mudanças durante os anos 90. Em 1994, após 15 anos de alta inflação e crescimento praticamente inexistente do Produto Interno Bruto (PIB), o Brasil passou por um processo de estabilização. Além disso, ocorreu um processo de desregulação de mercados, somado a uma liberação comercial e financeira. Isso permitiu um novo pensamento das empresas brasileiras, com uma melhor perspectiva de futuro.

Esse avanço da internacionalização brasileira se deve principalmente ao processo de integração regional, permitindo que o Brasil investisse em países do Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), o que permitiu que tanto as grandes empresas quanto as menores adotassem a internacionalização em suas estratégias. Isso ajuda a explicar o salto nos investimentos diretos brasileiros no exterior, que em 2004 subiram para US\$ 71 bilhões (ALEM; CAVALCANTI, 2005).

Apesar da importância evidente da internacionalização de uma empresa, são encontrados alguns entraves que dificultam a entrada de empresas menores em mercados estrangeiros. Como o foco do trabalho são empresas no setor de piscicultura, serão abordados alguns entraves que tenham relação direta ou indireta com o setor.

Um desses entraves é a falta de suporte financeiro. De acordo com Gregolin (2014), a realidade do setor de pesca e aquicultura, o que incluem as pisciculturas era bastante complicada. Não existiam linhas de crédito próprias, distanciando ainda mais os bancos e as empresas. Isso se explicava pela falta de uma política de desenvolvimento, fazendo com que o governo não se empenhasse em incluir o setor nas políticas de crédito. Com raras exceções de maiores produtores de camarão e da indústria pesqueira, os pequenos aquicultores ou produtores menores (que representam a grande maioria) sofriam uma grande resistência dos bancos devido à incerteza do setor, inadimplência e pouco apoio do governo.

Para Fleury e Fleury (2007), outro fator que deve ser levado em consideração é o psicológico. Não falar a língua do país destino é um obstáculo a ser vencido, como também



não perceber algumas vezes a importância de internacionalizar a empresa ou não querer competir com empresas de outros países por falta de um conhecimento adequado são alguns exemplos. Outro fator, como sair do país de origem também é um exemplo de barreira psicológica enfrentada.

Outro entrave, de acordo com Gregolin (2014) é o licenciamento ambiental da aquicultura. O problema persiste, em estados como Minas Gerais e São Paulo, por exemplo, mesmo com a aprovação da resolução 413/2009 pelo Conselho Nacional de Meio Ambiente CONAMA que: Dispõe sobre o licenciamento ambiental da aquicultura, e dá outras providências. (BRASIL, 2009), publicada no Diário Oficial da União, DOU em 30/06/2009.

Atualmente, um dos maiores entraves para a internacionalização de empresas é a crise que vem afetando o mundo inteiro. Segundo Kubitza (2015) o cenário econômico do Brasil é preocupante. Fatores como a alta inflação dos produtos, baixa credibilidade no cenário internacional, desemprego, desvalorização cambial, dentre outros fatores, fizeram com que a economia brasileira estagnasse. Isso impacta de forma bastante negativa as empresas, que tem que adotar cautela em tempos difíceis, além de nem sempre poderem investir o necessário para um crescimento contínuo.

O crescimento das pisciculturas e do setor aquícola não é novidade e vem desde antes dos anos 2000. Segundo Ostrensky e Boeger (1998), o setor já crescia cerca de 30% ao ano. Índice maior do que atividades historicamente lucrativas no Brasil como a pecuária e a agricultura. Esse crescimento era explicado, segundo os autores, pelo rápido retorno do capital investido que as pisciculturas trazem. Isso fez com que o aumento da produção de peixes e o interesse por criá-los para a venda, como forma de geração de lucro crescesse bastante.

Esse crescimento não diminuiu, pelo contrário. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2015), o setor de aquicultura, onde estão inseridas as pisciculturas, é a atividade agropecuária que mais cresce no Brasil. Isso acontece mesmo em um cenário em que a atividade muitas vezes não tem organização nenhuma, e enfrenta problemas como a falta de estrutura, e o pouco poder de barganha dos vendedores.

Segundo o *The World Bank* (2013), a população do planeta deve chegar a nove bilhões de habitantes em 2050, e os peixes terão um papel fundamental para que a fome não seja um problema ainda maior. Atualmente, esses animais representam 16% de toda a proteína animal consumida no mundo. Por isso a aquicultura e as pisciculturas são cada vez mais importantes no cenário global, já que além de atenderem a uma demanda cada vez maior, contribuem também para que o preço do pescado continue baixo, tornando assim acessível o

consumo por parte de pessoas de classes sociais menos favorecidas.

Nesse contexto, é possível perceber a extrema importância da aquicultura e das pisciculturas nos dias de hoje, especialmente as pisciculturas voltadas para o consumo da carne de peixe. Porém, mesmo com o imenso crescimento das mesmas, observa-se que ainda há muitos entraves para que adentrem novos mercados, principalmente os mercados de outros países. Portanto, o problema de pesquisa deste trabalho se baseou na seguinte indagação: **Quais os principais entraves para a internacionalização de empresas brasileiras no setor de piscicultura?**

Desse modo, o objetivo geral do trabalho foi analisar os entraves do processo de internacionalização das empresas brasileiras do setor de piscicultura. Isso foi feito através de fontes brasileiras e mundiais que explicassem as causas do problema, bem como apontar algumas soluções viáveis para o mesmo.

Alguns objetivos específicos foram traçados para que se obtivesse sucesso no objetivo geral. O primeiro objetivo específico foi identificar os entraves que as empresas enfrentam ao se internacionalizarem. O segundo objetivo específico foi analisar como as empresas fazem para superar os entraves da internacionalização. O terceiro objetivo específico foi analisar a balança comercial brasileira do setor de piscicultura.

Este trabalho é importante, pois como foi dito acima, o crescimento das pisciculturas e da aquicultura no Brasil e no mundo é cada vez mais impactante. No Brasil, as importações ainda são muito maiores do que as exportações, como será dito no capítulo 3. Isso se deve, entre outros motivos, às dificuldades enfrentadas pelas empresas brasileiras para atuarem no exterior. Por isso, entender melhor esses entraves e procurar uma solução seria de enorme ajuda para o mercado brasileiro como um todo.

A metodologia do trabalho se dará por meio de uma pesquisa qualitativa e descritiva. A coleta de dados se deu através de uma entrevista elaborada com o objetivo de entender melhor os entraves enfrentados pela empresa H&K Importação e Exportação de Peixes Ornamentais LTDA no seu processo de internacionalização. Os dados coletados na entrevista foram tabulados através de uma análise de discurso.

Em síntese, o trabalho se dividirá em cinco capítulos, que incluem a introdução.

No primeiro capítulo, foram explicados os vários conceitos de internacionalização, além da sua importância e modos de entrada das empresas brasileiras em mercados internacionais.

No segundo capítulo foi dada uma visão geral das pisciculturas: sua história desde os primórdios da humanidade, importância, dados etc.. Isso foi feito em três âmbitos

diferentes: nacional, internacional e local.

No terceiro capítulo foi feito um estudo de caso, em que uma entrevista foi elaborada para ser respondida por um gestor e do ramo de piscicultura, para que fosse possível compreender melhor que tipo de entrave o mesmo enfrentou para tornar sua empresa internacional.

No quarto capítulo foram expostos os resultados gerados pela pesquisa. Através dos mesmos, foi possível compará-los com o que foi exposto no trabalho, possibilitando a discussão sobre as respostas obtidas.

No quinto capítulo foram feitas as considerações finais do trabalho, além da conclusão, em que espera-se que tenha ficado clara a importância do crescimento do setor não apenas no Brasil, como no mundo todo, a fim de melhorar a qualidade de vida da população mundial, além de outras vantagens do ramo, como a preservação de espécies ameaçadas, por exemplo.

## 2 INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

Foi citado na introdução um pouco do resumo do que é internacionalização, além de um breve histórico no Brasil. Neste capítulo, o tema internacionalização será aprofundado.

### 2.1 Significado e Importância

O Brasil passou de uma economia agrícola, conhecida pela exportação de café, para ser um país industrializado, entre as décadas de 1930 até 1970. A partir da década de 50, a economia brasileira cresceu extraordinariamente, consolidando-se como uma das que mais se expandiram naquela época. Isso foi possível graças aos investimentos em infraestrutura, industrialização de vários setores etc.. Devido ao crescimento econômico, o Brasil, por decisão própria, adotou um modelo de desenvolvimento em que o Estado uniu forças com investidores privados nacionais e internacionais, a fim de suprir a enorme demanda do mercado interno brasileiro (MANTEGA, 2007).

Nota-se, a partir do que foi comentado acima, a necessidade de tornar-se internacional, de expandir seus mercados. Essa necessidade, no caso do Brasil, deveu-se ao grande crescimento de sua economia, impulsionada pela industrialização de um país que foi historicamente agrícola.

Internacionalização é “o processo de aumento de envolvimento nas operações internacionais” (WELCH; LUOSTARINEN, 1988, p.36).

A internacionalização para as empresas se mostra de extrema importância, sendo algumas vezes uma necessidade estratégica ou de mercado. A importância da internacionalização das empresas pode ser explicada por Coelho (2011):

O surgimento e a consolidação da economia global instauraram nova ordem e dinâmica da competição empresarial, demandando das empresas a formulação de inovadoras estratégias de crescimento e expansão, quando não da mera luta pela sobrevivência. Na esteira dessa nova economia, a procura por outros mercados e a internacionalização da produção emergem como estratégias dominantes, pelas quais as empresas têm buscado, via atuação internacional, diversificar e penetrar mercados, acessar recursos mais baratos, obter ganhos de escala e estabelecer relações mais próximas com parceiros produtivos e tecnológicos, tudo com a expectativa de aumentar a competitividade (COELHO, 2011 p. 411-412).

Segundo a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, Apex-Brasil (2017), a internacionalização de uma empresa apresenta vários impactos positivos e benefícios para a mesma, como pode ser visto no Quadro 1:

Quadro 1 – Aspectos positivos e benefícios da Internacionalização

<b>Aspectos positivos</b>	<b>Benefícios</b>
Maior proximidade com o cliente final	Desenvolvimento de novos produtos e/ou serviços
Menor risco com a diversificação de mercados	Eleva o nível técnico da empresa
Diferencia-se da concorrência interna ou menos internacionalizada	Novos conhecimentos e experiências com o mercado externo

Fonte: Adaptado de APEX Brasil (2017).

Já conforme Bonelli (1998) são quatro as principais motivações para realização de investimentos no exterior:

- a) Suprir o mercado regional;
- b) Aproveitar as oportunidades geradas pelo processo de integração regional;
- c) Desenvolver alianças estratégicas com empresas locais;
- d) Fortalecer o poder de competição pela proximidade do mercado consumidor.

De acordo com Alem e Cavalcanti (2005), o processo de internacionalização de uma empresa apresenta duas instâncias principais:

- a) Atendimento de mercados externos via exportação;
- b) Investimento direto no exterior, com a finalidade de implantar unidades produtivas ou instalação de representações comerciais.

A partir do que foi dito pela Apex-Brasil (2017), Alem e Cavalcanti (2005) e Bonelli (1998), é possível perceber alguns pontos importantes no processo de internacionalização das empresas. A Apex-Brasil (2017) citou alguns dos aspectos positivos e benefícios desse processo, fundamental na estratégia de atuação da mesma, como será visto mais na frente. Já Bonelli (1998) listou as quatro principais motivações de uma empresa vir a investir em mercados estrangeiros, esclarecendo um pouco o que leva a mesma a sair da sua zona de conforto no mercado local para atuar no exterior. Por fim, Alem e Cavalcanti (2005) apontou as duas principais instâncias no processo de internacionalização de uma empresa, sendo esses o atendimento direto no exterior e via exportação. Ambas as estratégias serão abordadas com mais profundidade mais adiante no capítulo.

Ainda de acordo com Alem e Cavalcanti (2005), naturalmente o processo de internacionalização ocorre primeiramente com a empresa exportando seus produtos, para posteriormente instalar uma unidade produtiva. Isso ocorre principalmente com empresas multinacionais adentrando países em desenvolvimento.

A importância da internacionalização fica clara quando se analisa seus benefícios. Segundo Ferreira (2011), a internacionalização tem papel fundamental para que haja competitividade no mercado internacional. No Brasil, ela se torna ainda mais importante devido ao país ser atrasado em relação aos outros, especialmente devido à abertura da economia apenas na década de 1990.

No Gráfico 1 é possível observar, de acordo com sua relevância, o que motivam as empresas brasileiras à se internacionalizarem:

Gráfico 1 – Fatores motivacionais para internacionalização de empresas brasileiras

Fonte: Fleury; Fleury (2016).

A partir da análise do gráfico elaborado pelos autores Fleury e Fleury (2016), nota-se que o acesso à tecnologia foi apontada como o fator motivacional mais importante no processo de internacionalização das empresas brasileiras. Vivemos em um mundo onde a tecnologia é essencial e indispensável para o bom funcionamento dos negócios, obviamente quando utilizada da maneira correta. Já a com menos importância para essas empresas foi o



acesso ao mercado, onde 52% das mesmas afirmaram ser de nenhuma importância.

De acordo com o SEBRAE (2006), o processo de internacionalização envolve não apenas atuar no mercado externo seja por investimentos em outros países ou por exportações, por exemplo. Envolve também firmar parcerias com empresas de países estrangeiros para aumentar sua participação no mercado interno, como importar ou adquirir franquias.

## 2.2 Entraves para a Internacionalização

Dados do relatório da Confederação Nacional da Indústria (CNI, 2016), apontam o Brasil como uma das dez maiores economias do planeta. Apesar desse bom indicativo, o percentual das exportações brasileiras em relação ao PIB (12%) é bem abaixo da média mundial (30%), dados do Banco Mundial. Na mesma pesquisa, foi dito que há 14 anos a situação se mantém a mesma. O Brasil contribui com 1,2% de todo o volume de exportações no mundo. Segundo a CNI (2016), isso se explica pela falta de competitividade das empresas brasileiras, devido principalmente à grande burocracia, excesso de leis e tarifas entre outras barreiras, que fazem com que o preço dos produtos aumente, diminuindo a competitividade fora do país.

Conforme Proczinski e Steinbruch (2014), as empresas motivam-se a expandir seus negócios para o exterior, podendo essas motivações ser externas ou internas. As internas surgem pela vontade ou necessidade de buscar novas oportunidades no exterior, expandido assim suas atividades. Já as motivações externas surgem pelo fato de que mercados mais vantajosos possam existir fora do país de origem da empresa, fazendo com que internacionalizar-se seja uma grande vantagem competitiva para a mesma. Outros fatores como o geográfico, cultura ou língua em comum também são levados em consideração na hora de uma empresa virar internacional. Entretanto, essas motivações e vantagens não diminuem os entraves de internacionalizar-se.

Segundo Luciano (2011), os primeiros obstáculos para uma empresa internacionalizar-se são internos. Afinal, por ser algo novo, a empresa deve estar bem preparada para lidar com a situação, já que se trata de um processo delicado e demorado. Além disso, o autor afirma que algo novo deva ser gerado por um empreendedor com perfil desafiador e que tenha conhecimentos das quatro funções do administrador: Planejar, organizar, dirigir e controlar.

Como foi visto vários entraves afetam o processo de internacionalização de empresas brasileiras. Segundo relatório da CNI (2016), alguns desses entraves enfrentados pelas empresas brasileiras são as altas tarifas cobradas órgãos anuentes, o custo elevado no transporte e manuseio de cargas e a grande burocracia, com as leis e documentos intermináveis. Em geral, os empresários alegam os mesmos problemas, porém é possível identificar alguns específicos em diferentes regiões. No Centro-Oeste, as empresas apontam a greve de profissionais ligados à exportação e a falta de infraestrutura como os entraves mais graves. Já no Nordeste, os empresários destacam a baixa disponibilidade de capital para e

exportação e os altos juros para financiamentos.

As empresas brasileiras se preocupam bastante com o tempo. O compromisso das mesmas com a entrega e os prazos é de imensa importância para uma boa imagem no mercado internacional. Por isso a importância da desburocratização. O equilíbrio entre as necessidades de controle de entrada e saída e a agilidade das empresas brasileiras é fundamental para que isso ocorra principalmente no que se refere à burocracia alfandegária/aduaneira (CNI, 2014).

Outro entrave para internacionalização de empresas brasileiras pode ser explicado por um problema cultural. Segundo a *British Broadcasting Corporation* (BBC Brasil, 2011), o nível de empreendedorismo brasileiro está abaixo da média mundial. Em um índice de 1 a 4, o Brasil obteve um resultado de 2,33 pontos, abaixo da média mundial, que é de 2,49. Segundo a pesquisa, 84% dos brasileiros são os que acham mais difícil de abrir um negócio próprio. Essa falta de noção ou vocação empreendedora afeta diretamente as ações para uma empresa pra internacionalizar-se.

Porém, um caso de sucesso empreendedor brasileiro é o das irmãs Padilha. Em notícia publicada pela (BBC Brasil, 2017), as irmãs Padilha abriram um pequeno salão de beleza em casa, em Vitória, após o negócio do pai falir. Em 1987, após uma das irmãs conseguir contatos poderosos em Nova York, elas abriram o primeiro salão de beleza no exterior. Hoje em dia as irmãs possuem uma vasta clientela, especialmente de famosos e dizem faturar até US\$ 6 milhões por ano. Esse caso mostra a coragem das irmãs em empreender fora do país. Foram para um país em que não sabiam falar a língua e viraram exemplo para outros brasileiros que desejam seguir o mesmo caminho, porém esbarram no medo ou na burocracia.

De acordo com o relatório da CNI (2014), a taxa de câmbio foi o principal obstáculo dos empresários brasileiros, com 46,3%, seguido da burocracia alfandegária/aduaneira com 44,4%. Em terceiro lugar a burocracia tributária com 28,3% e em quarto as greves na movimentação e liberação de cargas, com 27,2%.

Já segundo o relatório feito pela CNI (2016), a pesquisa indicou que para os empresários brasileiros, os dois principais entraves para a internacionalização de suas empresas são o custo dos transportes e as elevadas tarifas cobradas por portos e aeroportos, com notas médias de 3,61 e 3,44, respectivamente. Além dos dois, foram muito citados o excesso de documentos e suas complexidades, existência de leis conflituosas e confusas e o excesso de alteração de regras.

Percebe-se pelos dois relatórios o constante conflito entre os empresários e a



burocracia brasileira, já que a mesma foi citada como um dos principais entraves nos anos dos dois relatórios. Segundo Sanches (2007), um dos grandes problemas da administração pública é o excesso de leis e formalidades. Programas de desburocratização foram criados a nível nacional no final da década de 70, porém ainda longe de resolver todos os problemas burocráticos enfrentados no país.

Outro grave entrave enfrentado pelas empresas brasileiras é a infraestrutura do país. Segundo o relatório da CNI (2014), 45,5% das empresas que fizeram parte da pesquisa apontaram que as atuais condições das rodovias atrapalham as empresas exportadoras e 17,4% afirmaram que ajudam. No caso das ferrovias, 22,5% falaram que atrapalham e apenas 1,9% que ajudam. Em relação às hidrovias, 20% das empresas entrevistadas afirmaram que as condições atuais atrapalham, enquanto 70% afirmou que não atrapalham nem ajudam. Em relação aos portos, 46,2% afirmaram que atrapalham, enquanto 17,8% afirmaram que ajudam. Os aeroportos receberam votos de 25,5% das empresas afirmando que os mesmos atrapalham, enquanto 40,4% afirmaram que não ajudam e nem atrapalham. A energia elétrica teve o terceiro maior percentual negativo entre todos os tipos de infraestruturas brasileiras. 28,2% das empresas afirmaram que as condições atuais atrapalham, enquanto 13,6% afirmaram que ajudam. Por fim, apenas as telecomunicações receberam feedback positivo. 13% das empresas afirmaram que as condições atuais atrapalham, enquanto 26,8% afirmam que ajudam. Esses percentuais podem ser vistos na Tabela 1:

Tabela 1 - Porcentagem do impacto das condições atuais da infraestrutura no Brasil

CONDIÇÕES ATUAIS	ATRAPALHA	NEM ATRAPALHA, NEM AJUDA	AJUDA	NR
Portos	46,2	25,0	17,8	11,0
Rodovias	45,5	30,2	17,4	6,9
Energia elétrica	28,2	41,3	13,6	16,9
Aeroportos	25,5	40,4	17,2	16,9
Ferrovias	22,5	55,2	1,9	20,3
Hidrovias	13,5	60,1	1,7	24,7
Telecomunicações	13,0	40,1	26,8	20,2

Fonte: CNI (2014).

Segundo Pinto (2012), o Brasil necessita de políticas econômicas setoriais. A infraestrutura brasileira recebeu nos últimos anos investimentos baixíssimos em relação ao PIB, principalmente se o investimento do país for comparado com o de outros países em desenvolvimento. Portanto, a infraestrutura é uma das maiores barreiras comerciais internas no que se refere à internacionalização das empresas brasileiras. O país não conseguirá continuar crescendo e desenvolvendo-se em âmbito internacional se essa barreira não for superada com urgência, através de investimentos do governo.

Bruno e Silva (2009) também afirmam que a infraestrutura brasileira é falha. A matriz energética brasileira é notável em termos de reprodutibilidade e sustentabilidade ambiental, bem diferente da matriz de transportes. Os autores afirmam que devido à critérios ambientais e econômicos, os investimentos em ferrovias e hidrovias deveria ser bem mais alto do que o presente investimento. Segundo os autores, a crise americana fez com que o setor de infraestrutura ganhasse ainda mais destaque. O Programa de Aceleração do Crescimento Econômico (PAC) já previam investimentos altos no setor, que devem ser ainda maiores devido à crise.

### **2.3 Estratégias de Internacionalização**

As empresas resolvem internacionalizarem-se atrás de novas oportunidades de mercado, oportunidades essas que talvez não encontrem no mercado interno. Porém, por ser algo inovador, desafios e riscos maiores serão encontrados pelas mesmas (REZENDE; CAMPOS, 2010).

A primeira decisão que a empresa deve tomar é a de permanecer ou não no mercado interno. As incertezas e outros fatores que geram dúvidas internamente estão ligados aos investimentos que serão feitos. Caso a empresa opte por expandir suas atividades para fora do país de origem, o modo de entrada nesse mercado é então decidido (FAGUNDES *et al.*, 2012).

Conforme Moreira (2006), empresas que já tiveram experiências em negócios fora de seu país de origem possuem mais capacidade de optarem por uma estratégia de internacionalização mais profunda. Em resumo, empresas com mais experiência optam por estratégias com maiores riscos e comprometimento de recursos.

De acordo com Root (1994), o processo de uma empresa virar internacional pode ser planejado pela mesma. Segundo o autor, os modos de internacionalização de uma empresa podem ser classificados em três grupos:

- a) Exportação – Dividida em exportação direta e indireta;
- b) Contratual – Franquias, acordos técnicos, licenciamento entre outros;
- c) Investimento – Aquisição de outras empresas, *joint venture* entre outros.

É importante ressaltar que a cada estratégia de internacionalização, os investimentos, recursos e riscos vão se tornando cada vez mais altos. Portanto, o método de exportação indireta seria o mais simples, sendo o investimento direto o mais complicado.

### **2.3.1 Exportações**

Nessa estratégia de internacionalização, o produto final é produzido no país de origem da empresa, e depois levado ao destino final. A exportação limita-se apenas a produtos físicos, sem exceções. As exportações ocorrem de duas formas: direta ou indiretamente (MOREIRA, 2006).

A perspectiva de margens de lucro boas e rápidas, a procura por novos mercados internacionais juntamente com outras motivações, fizeram com que cada vez mais empresas passassem a exportar seus produtos, para que não dependessem exclusivamente do mercado interno. A escolha por esse método deve-se ao fato de ser um dos primeiros passos para que a empresa vire internacional (BAETA, 2013).

De acordo com o Departamento de Produção Comercial (BRASIL, 2011) do Ministério das Relações Exteriores, as exportações desempenham um importante papel nas atividades das empresas. Isso pode ser explicado pelo fato da exportação garantir o futuro dessas empresas em um mercado cada vez mais globalizado e competitivo em âmbito internacional. Além disso, possuem importância estratégica, contribuindo com renda e geração de empregos, desenvolvendo a economia etc..

Ainda segundo o Brasil (2011), dentre as vantagens que esse método oferece, podem ser citados:

- a) diminuição da dependência das vendas internas;
- b) diminuição da carga tributária;
- c) aumento da produtividade da empresa;
- d) melhoria da imagem da empresa;
- e) aperfeiçoamento de processos industriais e comerciais.

### 2.3.1.1 Exportações indiretas

Segundo Moreira (2006), exportação indireta pode ser explicada da seguinte maneira:

Nesse modo de entrada, a firma realiza as atividades de comercialização e produção no país de origem e não tem nenhum investimento ou presença em países estrangeiros. A firma está engajada em transações domésticas de seus produtos com outra firma do mercado local que, no entanto, realiza operações de comercialização desses produtos para países estrangeiros (MOREIRA, 2006 p.83).

“A exportação indireta é realizada por intermédio de empresas estabelecidas no Brasil, que adquirem produtos para exportá-los” (BRASIL, 2004 p. 13).

Conforme Moreira (2006), os intermediários podem ser divididos em três tipos:

- a) *Trading companies* - empresas comerciais com atuação fora do país, que, segundo o Decreto – Lei 1.248, de 29 de novembro de 1972, gozam de benefícios legais e tributários na realização de suas operações;
- b) Comerciais exportadoras – semelhantes as *trading companies*, sem regulamentação específica;
- c) Mecanismos de exportação compartilhada, formação de consórcios e cooperativas. As empresas se juntam para ganharem competitividade frente o mercado internacional, reduzindo os custos da operação, além de aumentar sua eficiência.

Dentre as vantagens da exportação indireta destacam-se a maior facilidade de entrada no mercado internacional e os menores custos à serem arcados pelas empresas. Como desvantagens estão a não aquisição de experiência, e, conseqüentemente, de conhecimentos e a falta de controle do produtor sobre o intermediário (BAETA, 2013).

### 2.3.1.2 Exportações diretas

Segundo o Brasil (2011), a exportação direta é a operação em que o produto exportado é faturado pelo próprio produtor ao comprador, no caso, quem está importando. Na exportação direta, o produto é isento do Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI) e nem do Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), além de beneficiar-se dos créditos fiscais incidentes sobre os insumos utilizados no processo produtivo.

No Quadro 2, é apresentada uma vantagem e desvantagens do método de exportação direta:

Quadro 2 – Vantagem/Desvantagens da exportação direta

VANTAGEM	DESVANTAGENS
Barato, já que prescinde de grandes investimentos e permite alcançar eventuais economias de escala a nível do estabelecimento e contato com os clientes.	Falta de controle sobre os canais de distribuição locais. Exposição aos riscos cambiais e a eventuais medidas protecionistas.

Fonte: Adaptado da Al Minho (2017).

Dentre as principais vantagens desse tipo de estratégia estão a agilidade na comunicação, flexibilidade de atuação facilitada pelo baixo envolvimento e risco e quanto ao controle do processo de comercialização. A principal desvantagem se dá pelo maior investimento em marketing e logística (FAGUNDES *et al.*, 2012).

Pode-se notar diferentes vantagens e desvantagens apontadas pela Associação Industrial do Minho (Al Minho, 2017) e Fagundes *et al.*, (2012). Enquanto a Al Minho (2017) destacou a principal vantagem como sendo financeira, devido ao baixo custo envolvido, Fagundes *et al.*, (2012) destacou as principais vantagens como sendo administrativas, citando a comunicação e a flexibilidade, por exemplo. Já no que se refere às desvantagens, a Al Minho (2017) citou a falta de controle dos canais de distribuição e o risco cambial e medidas protecionistas, enquanto a desvantagem citada por Fagundes *et al.*, (2012) foi no investimento em marketing e logística. Pode-se concluir a importância de comparar opiniões de diferentes autores para que se possa chegar a uma conclusão mais precisa do assunto.

### 2.3.2 Estratégias Contratuais

Segundo Moreira (2006, p. 85), as estratégias contratuais podem ser explicadas da seguinte maneira:

Teorias baseadas no modelo das falhas do mercado, como a internalização, teoria eclética e teoria dos custos de transação proporcionam explicações detalhadas sobre a escolha pelos modos contratuais baseados no mercado. A abordagem da visão baseada em recursos também explica esse modo de entrada em mercados internacionais.

Dentre os tipos de estratégias contratuais, serão abordados no presente trabalho dois dos mais conhecidos: Licenciamento e Franchising.

### 2.3.2.1 Licenciamento

De acordo com Twarowska e Kakol (2013), licenciamento é um modo de entrada no mercado internacional com um nível de risco limitado. A firma concede ao licenciado direito de patente, direitos autorais ou o conhecimento dos produtos e processos da empresa. Cabe ao licenciado produzir os produtos da licenciadora, além de pagar suas taxas no seu território. Esse modo de entrada geralmente é bem aceito por trazer novas tecnologias para o país em que a licenciada se encontra.

### 2.3.2.2 Franchising

Segundo o SEBRAE (2017), a franquia ocorre quando uma empresa (franqueadora) dá o direito à outra empresa (franqueada) de utilizar sua marca e comercializar seus produtos em determinado local. A franqueada deve pagar primeiramente um valor fixo, cobrado uma única vez pelo franqueador, remunerando-o pelos treinamentos, elaboração de manuais e por qualquer assistência necessária para a abertura da franquia. Outras taxas são pagas mensalmente, como os royalties por exemplo. A franqueada deve pagar de 5 a 10% do faturamento mensal bruto.

Apesar de similares, licenciamento e *franchising* são diferentes. Segundo Twarowska e Kakol (2013), as duas são similares, porém a organização das *franchisings* está mais envolvida no desenvolvimento e controle do marketing.

Como as outras estratégias de internacionalização, a *franchising* também possui suas vantagens e desvantagens. Algumas delas são citadas no Quadro 3 por Twarowska e Kakol (2013):

Quadro 3 - Vantagens e desvantagens das franchisings

VANTAGENS	DESVANTAGENS
Baixo custo	Um franqueado pode manchar o nome da empresa e arruinar sua reputação
Permite expansões em vários cantos do mundo	Requer mais investimentos do que outras estratégias de internacionalização
Baixo risco político	Franqueados podem se tornar futuros concorrentes

Fonte: Adaptado de Twarowska; Kakol (2013).

### 2.3.3 Investimentos Diretos

Investimentos diretos, também conhecidos como Investimento Direto Estrangeiro (IDE) representam a principal estratégia de internacionalização quando se trata da busca de novos mercados fora do país de origem das empresas. Essa estratégia abarca a instalação de fábricas, subsidiárias ou outras formas de investimento. Isso acarreta na disponibilidade de instalações locais, recursos e operações no novo mercado (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERG, 2010).

Twarowksa e Kakol (2013) definem IDE como um investimento direto da empresa em um mercado internacional. Há duas formas de realizar esses investimentos: As empresas podem pegar um terreno e levantar uma empresa a partir do mesmo (*Greenfield*) ou podem também adquirir diretamente outra empresa, por exemplo. Aquisições estão se tornando cada vez mais comuns, pois possuem menos riscos do que as *Greenfields*. Porém, as mesmas possuem bem mais potenciais de retorno do que foi investido.

#### 2.3.3.1 Joint ventures

Para Punnet e Shenkar (1996), *joint venture* é a união de duas empresas distintas, de forma cooperativa, criando um negócio independente. Se comparado com as outras estratégias de internacionalização, as *joint ventures* podem ser consideradas como um fenômeno relativamente novo.

Segundo relatório da Baker e MacKenzie (2015), dentre os aspectos positivos e negativos das *joint ventures*, pode-se destacar, de acordo com o Quadro 4:

Quadro 4 - Aspectos positivos e negativos das joint ventures

Vantagens	Desvantagens
Rápida entrada em mercados locais	A falta de confiança entre as empresas pode afetar a cooperação entre as duas
Compromisso econômico de recursos de longo prazo com riscos compartilhados	Diferenças culturais entre as empresas podem levar a desentendimentos ou ineficiências
Custo de entrada baixo	Problemas operacionais

Fonte: Adaptado de Relatório Baker; MacKenzie (2015).

Como todas as outras estratégias de internacionalização citadas, as *joint ventures* possuem suas vantagens e desvantagens. Destacam-se o baixo custo de entrada e a rápida entrada em mercados locais, vantagens que levam várias empresas a escolherem esse modo de entrada, apesar de ser um fenômeno relativamente novo, como foi falado acima. As desvantagens também podem afastar algumas empresas mais conservadoras ou que não costumam assumir riscos em seus negócios. Isso se dá principalmente pela falta de confiança entre as empresas e as diferenças culturais, o que faz com que algumas empresas repensem essa estratégia.



### 3 PISCICULTURA

As pisciculturas estão em um grupo de atividades presentes na prática de aquicultura. Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, MAPA (BRASIL, 2016), a aquicultura pode ser definida da seguinte maneira:

Aquicultura: a atividade de cultivo de organismos cujo ciclo de vida em condições naturais se dá total ou parcialmente em meio aquático, implicando a propriedade do estoque sob cultivo, equiparada à atividade agropecuária (LEI 11.959/2009 - Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável da Aquicultura e da Pesca) (BRASIL, 2016, p.1).

Segundo Hemdal (2003), os sumérios mantinham peixes para consumo (especialmente enguias) vivos em poças d'água há cerca de 4500 anos. A aquicultura é praticada pelos seres humanos há milhares de anos.

Segundo a *World Ocean Review* (2013), os peixes por milênios vêm sendo fonte de nutrição para os seres humanos. Descobertas arqueológicas indicam que esses animais são capturados pelo homem desde a Idade da Pedra. Porém além de servirem como comida, os peixes também tinham uma importância enorme em algumas culturas, sendo criaturas míticas. Os cristãos, por exemplo, elevaram os peixes para o símbolo de sua fé. Além disso, os peixes têm outras funções. A gordura de alguns deles (como a do salmão) possuem grandes quantidades de ômega 3, importantíssimo na redução do risco de doenças cardíacas, além de ajudarem no desenvolvimento dos olhos e do cérebro.

Devido à pesca intensa e pouca preocupação com o bem estar do meio ambiente, algumas espécies ficaram ameaçadas. Segundo Datodi (2010 *apud* ANDREWS, 2011), proprietário da *Aquarium Industries Pty Ltd*, com mais de 40 anos de experiência no ramo, diversas espécies de peixes de água doce estão á beira da extinção devido especialmente a poluição, mudança do clima e destruição de seus habitats naturais, por isso a importância da criação dessas espécies em cativeiros para evitar a total extinção das mesmas. Além de evitar a destruição de seus ambientes naturais, o comércio dessas espécies é providencial para garantir a existência das mesmas á longo prazo.

Além da importância na preservação das espécies, as pisciculturas também são importantes fontes de renda e atraem diversos interessados. O rápido crescimento da atividade deu-se especialmente pelo rápido retorno que a mesma proporciona do que foi investido pelo produtor, isso porque os lucros são muito bons (OSTRENSKY; BOEGER, 1998).

Quanto à sua finalidade, as pisciculturas dividem-se em: Comercialização de peixes para criação (como pets ou aquarismo), onde se enquadram os peixes ornamentais, e a

comercialização para o consumo, onde se enquadram os peixes de corte.

Segundo dados da *Ornamental Fish International* (OFI, 2015), a indústria de peixes ornamentais é segmentada baseada de acordo com o tipo do peixe: tropical ou temperado, de água doce ou salgada. O Quadro 5 mostra os tipos e alguns dados:

Quadro 5 - Segmentos de mercado para peixes ornamentais

Segmento	Descrição	Exemplos
Tropicais de água doce	O segmento mais popular. São mantidos em aquários de vidro. Contam com mais de 800 espécies e representam mais de 50% das negociações. A grande maioria é criada na Ásia	<i>Guppies</i>  Tetra Neon ( <i>Neon Tetra</i> )
Temperado (água gelada) de água doce	Geralmente mantidos em lagos naturais ou artificiais ao ar livre, pois são considerados mais fáceis de criar. Representam 45% das negociações e são o segmento mais criado.	Peixe Dourado ( <i>Gold Fish</i> )  Carpa ( <i>Koi Carp</i> )
Ornamentais marinhos	Formado primariamente por espécie de recife de corais Incluem peixe, invertebrados e corais.	Peixe Palhaço ( <i>Clownfish</i> )

Fonte: Adaptado de OFI (2015).

### 3.1. Pisciculturas em âmbito internacional

De acordo com dados do SEBRAE (2015), cerca de 430 espécies cultivadas a partir de 2007 foram domesticadas a partir do século 20. Um dado interessante é que apenas 0,0002% de todas as espécies de animais terrestres foram domesticadas pelo homem. Já no ambiente aquático, 0,13% de plantas marinhas conhecidas e 0,13% das espécies conhecidas de animais marinhos.

Conforme a *World Ocean Review* (2013), os peixes têm papel fundamental no meio ambiente. Desde os primórdios da humanidade, os seres humanos possuem uma forte ligação com esses animais, principalmente por servirem de alimento. Estima-se que em todo o mundo, 660 a 820 milhões de pessoas ganham a vida com peixes - incluindo pescadores e suas famílias - seja através do extrativismo ou da criação em cativeiro. A variedade desses animais impressiona, são mais de 30.000 espécies em todo o planeta, das quais centenas são pescadas para fins comerciais.

Talvez devido á abundância de espécies e o pensamento humano de que os recursos naturais são inesgotáveis, o ser humano pescou peixes sem se importar com sua

extinção. Segundo a *World Ocean Review* (2013), os países se movimentaram para que o pior não acontecesse. A Europa, por exemplo, depois de uma pesca massiva nos anos 1970, passou anos proibindo a pesca em seus territórios. Outros países como os Estados Unidos, Canadá e Nova Zelândia, traçaram planejamentos estratégicos para evitar esse problema no futuro. A pesca ilegal, no entanto, contribui para que o problema seja cada vez mais preocupante. Alguns especialistas falam que os números da pesca ilegal são de 11 a 26 milhões de toneladas anuais, o que representaria 14 a 33% da pesca legal mundial, respectivamente.

Segundo dados da OFI (2015), o mercado de peixes ornamentais está presente em cerca de 120 países no que se diz respeito à reprodução, importação, exportação e coleta. De acordo com dados da *Food and Agriculture Organization*, FAO, as exportações no setor movimentaram cerca de \$330 milhões de dólares em 2011. Contudo, é difícil ter dados exatos devido à dificuldade de obtenção dos mesmos em alguns países, podendo assim, serem um pouco distorcidos do que foi apresentado. Isso mostra a força do setor e crescimento das exportações nos últimos 20 anos.

O principal destino dos peixes ornamentais são os aquários. Segundo Hemdal (2003), o aquarismo, como *hobby*, provou ser bastante popular. É considerado por muitos o terceiro mais popular, atrás apenas das coleções de moedas e de selos. As razões para criação de peixes em casa variam: decoração, educação das crianças, admiração, colecionar espécies raras ou para reproduzi-las. Durante a dinastia Ming (1368-1622), os peixes dourados já eram criados em potes de porcelana.

De acordo com a Associação Brasileira de Lojas de Aquarofilia, ABLA (2015), o comércio de peixes ornamentais no mundo todo movimenta cerca de 400 milhões de unidades, dos quais 90% são criados em cativeiros e apenas 10% provém do extrativismo. A maior variedade de espécies é retirada de ambientes naturais como a bacia da Amazônia, apesar de a grande maioria dos peixes comercializados no mercado mundial venham de fazendas de pisciculturas.

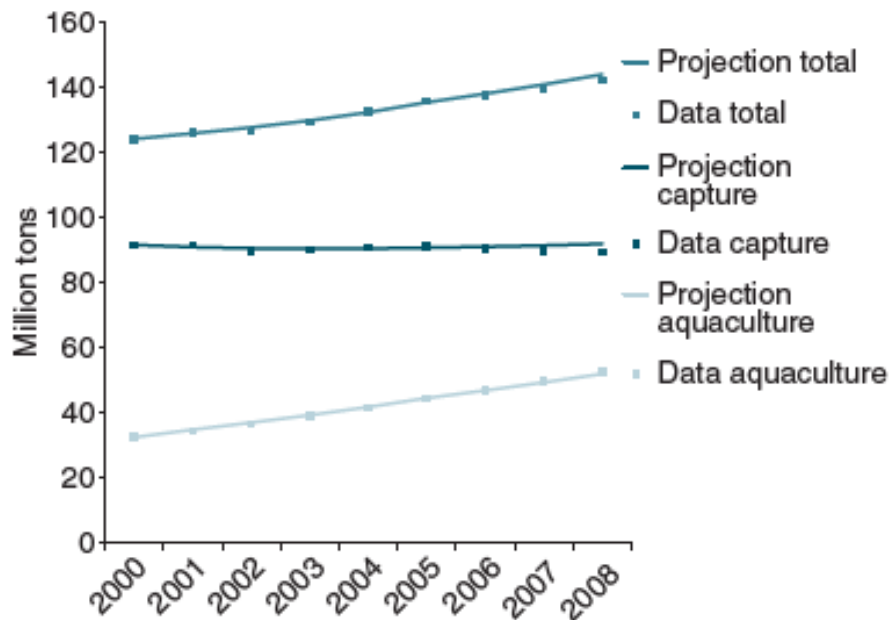
Apesar da América do Sul não ser um dos maiores continentes do mundo, sua fauna, especialmente a de água doce é extensa. Segundo Gery (1969), a América do Sul tem a maior fauna de peixes de água doce do mundo, com algo em torno de 2.400 a 2.700 espécies de peixe. Essa grande variedade de espécies se deve principalmente por conta do rio Amazonas, que segundo Alho, Reis e Aquino (2015) possuem uma área de 7.000.000 km<sup>2</sup>, sendo cerca de 4.100.000, ou 58% da área total, localizada no Brasil.

Segundo dados da FAO (2016), a produção de peixes (que inclui aquicultura e pesca) global deve aumentar cerca de 17% nos próximos anos. Entre 2013-2015, foram

produzidos 166,8 milhões de toneladas, número que deve crescer para cerca de 195,9 milhões de toneladas em 2025. Esses números mostram aumento de quase 30 milhões de toneladas, que devem ocorrer praticamente por inteiro nos países que estão se desenvolvendo por meio da aquicultura.

Para efeitos de comparação, a produção de peixes entre os anos 2000-2008, pode ser visto no Gráfico 2:

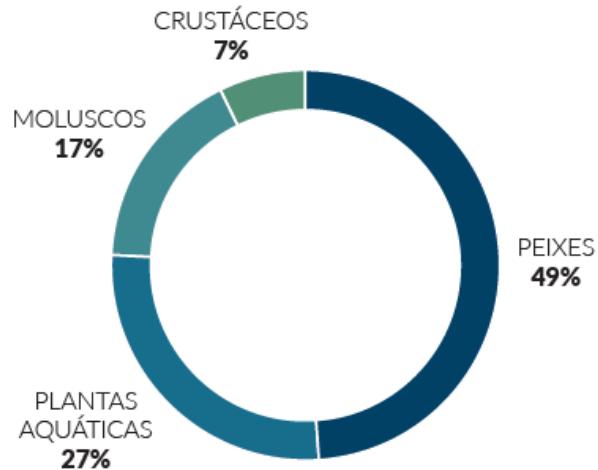
Gráfico 2 - Comparação entre a projeção global e a produção global de peixes entre os anos 2000 – 2008



Fonte: *World Bank Report* (2013).

Comparando a produção entre os anos 2000-2008, a maior soma entre pesca e criação em cativeiros deu-se no ano de 2008, com aproximadamente 140 milhões de toneladas. Número bem abaixo das 166,8 milhões de toneladas produzidas entre 2013-2015 e bastante inferior às 195,9 milhões de toneladas projetadas para 2025. Nota-se, portanto, um aumento cada vez mais significativo da produção de peixes. O Gráfico 3 mostra em porcentagem a importância dos peixes na aquicultura, representado praticamente metade do que é cultivado.

Gráfico 3 – Porcentagem dos grupos de produção aquícola

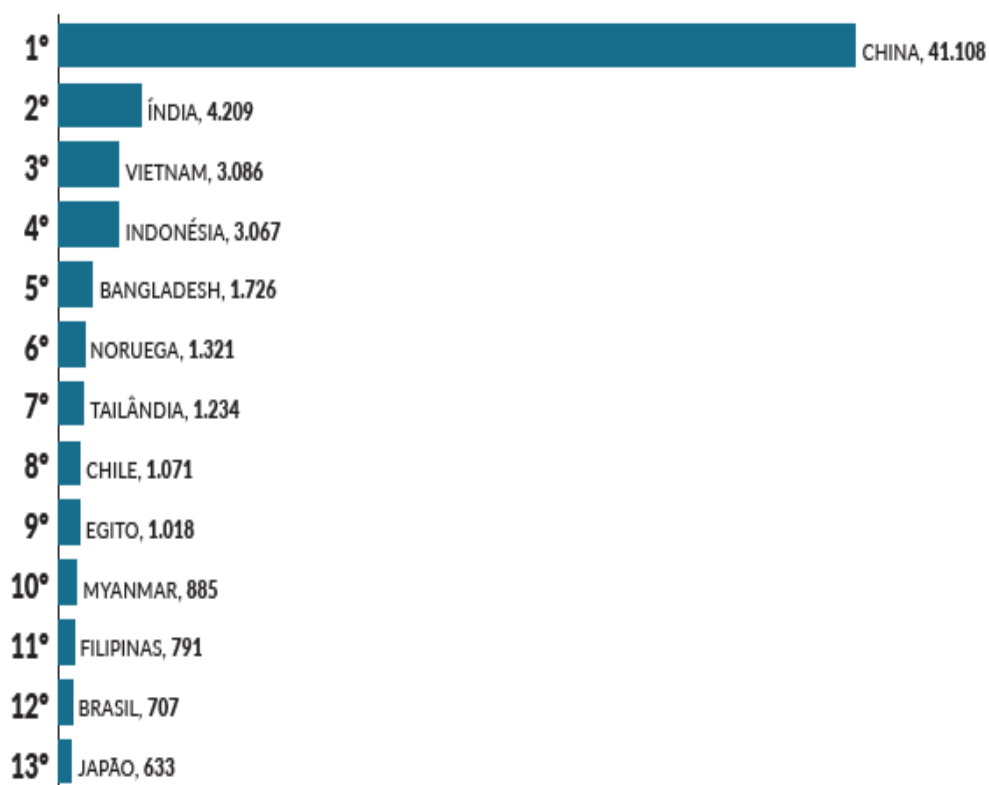


Fonte: *Food And Agriculture Organization of The United Nations – FAO (2014)*.

Nota-se, a partir do Gráfico 3 a importância dos peixes na aquicultura. Já foi falado no começo do capítulo sobre os peixes e sua importância para a humanidade desde os primórdios de sua existência até os dias de hoje. Esses animais representam 49% de toda a produção aquícola no mundo inteiro, demonstrando porque são indispensáveis para o homem.

Segundo dados do SEBRAE (2015), dentre os principais países produtores da aquicultura, nove são asiáticos, com destaque para a China, que em 2012 produziu mais de 41 milhões de toneladas, o que representou 45% da produção mundial daquele ano. Os quatro países entre os 13 que não são asiáticos são Chile, Brasil, Noruega e Egito. O Gráfico 4 mostra a produção dos países em 1000 toneladas:

Gráfico 4 – Classificação dos 13 principais produtores aquícolas em 2012



Fonte: *Food And Agriculture Organization of The United Nations – FAO* (2014).

O crescimento da aquicultura fica evidente com o que foi exposto no capítulo. “Nenhum outro setor de produção de alimentos cresceu tanto como a aquicultura nos últimos 40 anos” (WORLD OCEAN REVIEW, 2013 p.80).

A Tabela 2 mostra o crescimento dos outros setores de comida nas últimas décadas:

Tabela 2 - Crescimento médio anual (1970-2008)

<b>Produto</b>	<b>Crescimento médio</b>
Cereais	2,1%
Legumes	1,1%
Raízes de plantas	0,9%
Vegetais e melões	3,4%
Carne bovina e de búfalo	1,3%
Ovos	3,2%
Leite	1,5%
Aves	5,0%

Tabela 2 – Crescimento médio anual (1970 – 2008)

Cabras e ovelhas	1,8%
Peixes	8,4%

Fonte: *World Ocean Review* (2013).

Como se pode observar na Tabela 2, o crescimento das aquiculturas é muito superior ao dos outros setores. É mais de sete vezes maior que o de carne bovina, por exemplo, e mais do que de todos do grupo de vegetais somados. Isso reforça ainda mais o por que das pisciculturas estarem expandindo cada vez mais, consolidando-se no mercado.

A Tabela 3 mostra os 10 maiores exportadores de peixes no ano de 2010:

Tabela 3 – *Ranking* dos maiores exportadores de peixe do mundo em 2010

<b>Ranking dos Países</b>	<b>2010 (milhões de US\$)</b>
China	13,268
Noruega	8,817
Tailândia	7,128
Vietnam	5,109
EUA	4,661
Dinamarca	4,147
Canadá	3,843
Holanda	3,558
Espanha	3,396
Chile	3,394
10 Países Juntos	57,321
Mundo	108,562

Fonte: *World Ocean Review* (2013).

Já a Tabela 4 mostra os 10 maiores importadores em 2010:

Tabela 4 – *Ranking* dos maiores importadores de peixe do mundo em 2010

<b>Ranking dos Países</b>	<b>2010 (milhões de US\$)</b>
EUA	15,496
Japão	14,973

Espanha	6,637
Tabela 4 – Ranking dos maiores importadores de peixe do mundo em 2010	
China	6,162
França	5,983
Itália	5,449
Alemanha	5,037
Reino Unido	3,702
Suécia	3,316
República da Coreia	3,193
10 Países Juntos	69,949
Mundo	111,786

Fonte: *World Ocean Review* (2013).

É possível observar com o auxílio da Tabela 3 um equilíbrio entre os continentes com os dez maiores exportadores de peixe de corte. A Europa se destaca com quatro representantes (Noruega, Dinamarca, Holanda e Espanha), a Ásia com três (China, Tailândia, e Vietnam) e as Américas também com três (EUA, Canadá e Chile). A soma das exportações desses dez países juntos é quase a metade da soma do resto do mundo junto, o que aponta uma disparidade entre os principais exportadores e o resto do mundo.

Já analisando a Tabela 4 dos dez maiores importadores do mundo, a Europa destaca-se por apresentar seis países (Espanha, França, Itália, Alemanha, Reino Unido e Suécia), a Ásia possui três representantes (Japão, China e República da Coreia) e as Américas apenas um (EUA). A soma das importações desses dez países juntos é mais da metade de todas as importações do mundo inteiro.

A partir das duas tabelas é possível chegar a algumas conclusões: Alguns países, como EUA, Espanha e China destacam-se tanto na exportação como na importação. A China, por exemplo, era a maior exportadora do mundo em 2010 e a quarta maior importadora. Os EUA eram o quinto maior exportador e o maior importador. Já a Espanha era a nona maior exportadora e a terceira maior importadora. Outro ponto interessante é a ausência, tanto na importação quanto na exportação, de países da África e Oceania, o que demonstra a força da Europa, Ásia e Américas.



### 3.2 Pisciculturas em âmbito nacional

Segundo a EMBRAPA (2013), o Brasil tem uma geografia muito favorecida. Além do ótimo clima durante o ano todo, o país conta com cerca de 12% da água doce do planeta, bem como uma variedade incrível de espécies. Tudo isso ajuda a explicar o crescimento do setor nas últimas décadas, além de ser uma obrigação de o país explorar esses recursos favoráveis e expandir cada vez mais a produção.

As pisciculturas de água doce estão espalhadas por todo o Brasil, porém com algumas áreas de destaque. A tilápia, principal produto produzido pela aquicultura nacional, tem seus maiores polos de produção no Nordeste, Sudeste e Oeste do Paraná (KUBITZA, 2015).

Apesar de estarem crescendo no Brasil, as pisciculturas contam com uma estrutura mais precária, devido especialmente ao perfil dos criadores. A piscicultura no Brasil é desenvolvida principalmente por pequenos produtores rurais, como uma forma de complementação da renda, e dificilmente é a principal fonte de renda do negócio (OSTRENSKY; BOEGER, 1998).

Isso se deve a vários fatores, que serão abordados com maior profundidade mais adiante no trabalho. De acordo com Santos, Sieber e Falcon (2014), no que se refere às pisciculturas de base familiar, as dificuldades de acesso às políticas como o risco de endividamento do produtor mesmo com juros baixos, a pouca informação a respeito dos procedimentos legais e necessidade da apresentação de garantias atrapalham esses criadores.

A prática da aquicultura e o número de produtores vêm aumentando ao longo dos anos. Porém, até alguns anos atrás, a realidade era outra. Segundo Gregolin (2014), o setor ainda recebe muito menos investimentos do que a agropecuária, por exemplo. Isso se deve ao fato de o Brasil nunca ter formulado um plano estratégico de desenvolvimento para o setor. Segundo ele, porém, o Brasil tem tudo para aparecer entre os maiores produtores de pescado do mundo em menos de duas décadas.

Os números mostram que o Brasil ainda importa pescado de outros países bem mais do que exporta. De acordo com dados do SEBRAE (2015), as exportações no Brasil atingiram 31 milhões de toneladas, o que representou queda de 71% em 2013, comparando com 2003. Se as exportações de pescado vêm caindo, as importações vêm na contramão. Em 2013, foram importadas mais de 383 milhões de toneladas de pescado, gerando um aumento de 165% em relação a 2003. O país que o Brasil mais exportou pescados são os Estados Unidos, com pouco mais de 8 milhões de toneladas, representando 26% de toda a exportação

do país no período, seguido pela Tailândia, com pouco mais de 5 milhões de toneladas. Já o maior exportador para o país nesse período foi a China, de onde foram importadas cerca de 92 milhões de toneladas, seguido do Chile, com mais de 81 milhões.

Segundo dados do Brasil (2016), a produção da aquicultura entre os anos de 2013-2015 foi a seguinte:

Tabela 5 – Produção aquícola entre 2013-2015

<b>Ano</b>	<b>Total (Toneladas)</b>	<b>Peixes</b>	<b>Camarões</b>	<b>Moluscos</b>
2013	476.500	82%	14%	4%
2014	561.400	84%	12%	4%
2015	574.164	69,9%	20,6%	2%

Fonte: Brasil (2016).

A partir da tabela, é possível perceber a importância da produção de peixes para a economia brasileira. O peixe é o principal animal produzido na aquicultura, como mostram os números, tendo assim extrema importância no cenário nacional.

Destaque para a tilápia. A espécie, que era pouco valorizada nos anos 90, tornou-se a principal espécie cultivada no país. Dados de 2010 apontavam uma produção de 155 mil toneladas. Entre os anos 2000-2010, a produção desse peixe cresceu cerca de 17% ao ano, número maior inclusive do que o crescimento das pisciculturas em âmbito nacional, que era de 10%. Fatores como a grande oferta do seu filé, desenvolvimento de rações de alta qualidade e o aproveitamento dos recursos do país ajudaram esse grande salto no crescimento das tilápias (KUBITZA *et al.*, 2012).

A aquicultura espalhada por todo o Brasil, porém as regiões Sul e Nordeste, concentram juntas mais de 60% de toda a produção nacional. A Tabela 6 mostra a produção por região.

Tabela 6 - Produção por região no Brasil (Em toneladas)

<b>Região</b>	<b>Produção</b>	<b>Porcentagem</b>
Nordeste	145.907	30%
Norte	41.839	9%
Sudeste	71.771	15%
Centro-Oeste	69.839	15%
Sul	150.043	31%

Fonte: Kubitzza *et al.* (2012).

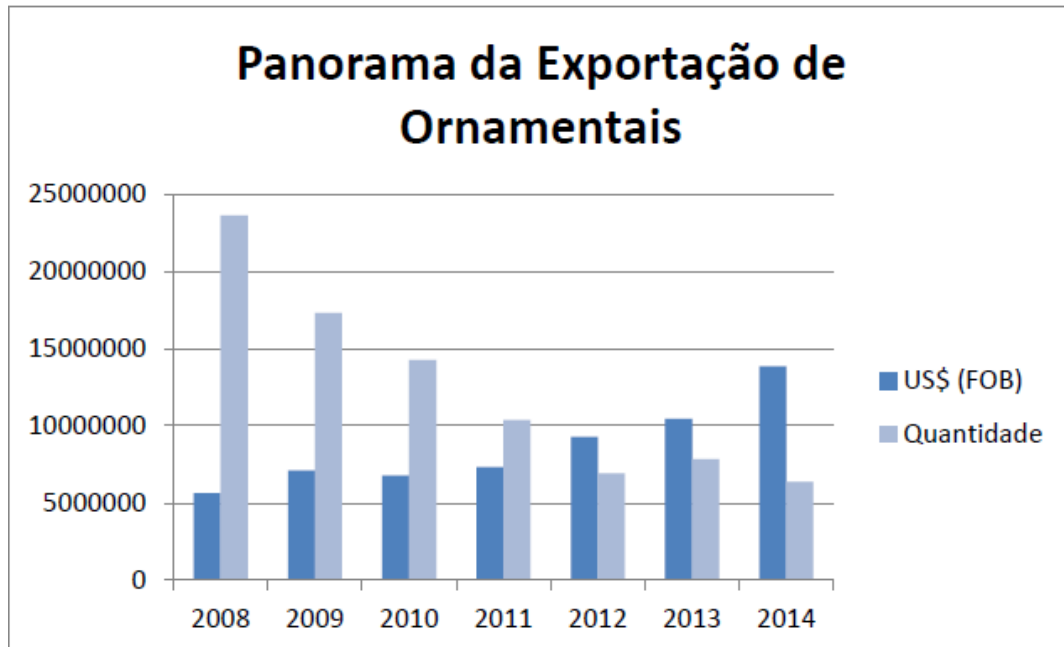
Segundo Gregolin (2014), o consumo de peixe dos brasileiros era baixo. O consumo médio era de 6,5kg/hab/ano em 2003. A partir da realização de políticas para o estímulo do consumo do pescado, como a semana do peixe, em que eram feitas propagandas em todos os veículos de comunicação importantes. Outros fatores como a preocupação com a saúde e o aumento da renda média da população brasileira contribuíram para que a média de consumo subisse dos 6,5kg para 11kg/hab/ano em 2013, um crescimento de incríveis 80%. A produção também cresceu no período entre 2007/2011, subindo de 1 milhão de toneladas para 1,4 milhão de toneladas. A aquicultura ficou em destaque pelo ótimo desempenho, passando de apenas 26,5% da produção total brasileira para 44%. Nesse período, a produção do setor subiu de 270 mil/ano toneladas para 630 mil toneladas/ano.

Com o aumento do consumo de peixe da população brasileira, as pisciculturas ganham mais oportunidades para crescerem no mercado interno, e posteriormente, no externo também. De acordo com o SEBRAE (2015), a estagnação da pesca extrativa, a população mundial aumentando cada vez mais e a procura incessante pela proteína animal fazem com que seja necessária a domesticação de animais aquáticos, aumentando ainda mais a importância da aquicultura.

Dados da Apex-Brasil (2014), apontam um destaque dos peixes ornamentais brasileiros no que se refere à exportação. Segundo dados da agência, o Brasil possui 725 espécies liberadas para comercialização, das cerca de 4000 conhecidas em território brasileiro. Em 2013, o Brasil exportou cerca de US\$ FOB 10,5 milhões, somente com peixes ornamentais, com destaque para o estado do Pará, que foi responsável por cerca de US\$ FOB 8,2 milhões do total exportado. Ainda segundo dados da agência, o Brasil, ao lado de Alemanha, China, Cingapura e Estados Unidos, encontra-se entre os países com a maior variedade de espécies que tenham como finalidade o aquarismo ou a finalidade ornamental.

Apesar do destaque do setor, o Gráfico 5 mostra uma grande queda nas exportações se comparados os anos de 2008-2014:

Gráfico 5 – Panorama da Exportação de Ornamentais



Fonte: Plataforma do AliceWeb/MDIC, adaptado por ABLA (2015)

Diferentemente de outros países, o Brasil ainda depende muito do extrativismo no que se refere ao comércio de peixes ornamentais. Os responsáveis por isso são pescadores profissionais, que são licenciados pelo MAPA que recebem autorização para capturarem os peixes com fins comerciais. Diferentemente da pesca de peixes para corte, em que o pescador é autorizado de pescar todas as espécies exceto as que estejam em período de defesa ou ameaçadas de extinção, os pescadores profissionais de peixes para fins ornamentais são autorizados apenas de capturar peixes que constem em uma lista positiva (ABLA, 2015).

Dados do Instituto PET Brasil (2013), mostram a importância da criação de peixes ornamentais em casa, como forma de se conscientizar sobre tratamento e cuidado com a água, além de uma maior importância com a preservação de espécies.

### 3.3 Pisciculturas em âmbito local

Assim como no Brasil, as exportações no Ceará cresceram em 2014. É o que afirma a Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará (ADECE) (CEARÁ, 2015). Segundo o órgão do governo, as exportações aumentaram 3,6% em 2014 em comparação com 2013. No que se refere á aquicultura do estado, a exportação de lagostas teve um pequeno

crescimento de 0,3% no período. Os peixes de corte já obtiveram um resultado mais expressivo, com crescimento na casa de 12% no período. O resultado desse crescimento é a retomada do posto de terceiro lugar na lista de maiores exportadores do Nordeste, que havia sido perdido para Pernambuco nos dois últimos anos.

De acordo com dados do SEBRAE (2015), o Ceará, juntamente com Mato Grosso e Paraná, são os estados brasileiros que mais se destacam na produção aquícola, chegando a produzir cerca de 190 mil toneladas quando somados. O nordeste também se destaca, sendo responsável por cerca de 29% do total da produção brasileira, especialmente por conta do clima e da prática da carcinicultura. O Ceará produziu mais de 64 mil toneladas em 2013.

O alto crescimento no mercado dos peixes se deve principalmente por conta da criação de tilápia. O estado é o 1º em consumo do pescado nacionalmente e o 3º maior produtor. São seis polos em 55 municípios, além da geração de 1500 empregos diretos e indiretos. A produção atual é de 32 mil toneladas/ano, porém o potencial está muito acima. O Ceará tem condições de produzir cerca de 200 mil toneladas/ano, o que geraria cerca de US\$ 100 milhões em exportações (CEARÁ, 2014).

O Gráfico 6 mostra o desempenho das exportações de peixes ornamentais no Ceará no período entre 2008-2013:

Gráfico 6 – Panorama da Exportação de Ornamentais no Estado do Ceará

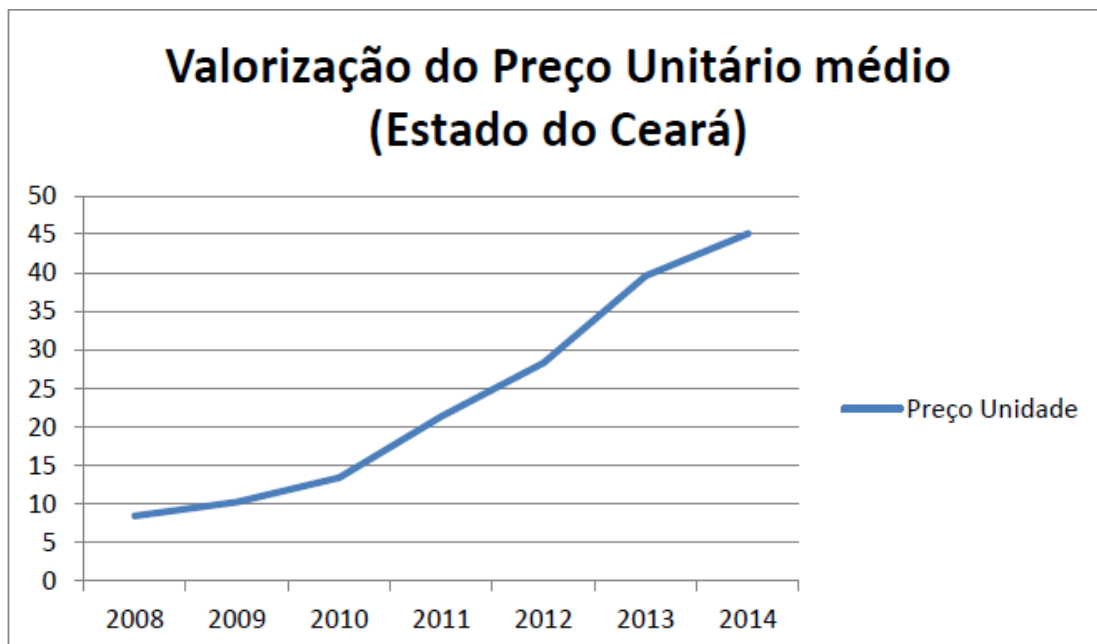


Fonte: Plataforma do AliceWeb/MDIC, adaptado por ABLA (2015).

No que se refere ao preço unitário médio dos organismos ornamentais, o Ceará

também se destaca. Enquanto a média brasileira está na casa dos R\$ 2,47/unidade, o preço no estado atingiu o valor de R\$ 45,09 em 2014, preço consideravelmente acima da média nacional, fazendo com que o Ceará ocupe o posto de estado com maior valor unitário, é o que mostra o Gráfico 7:

Gráfico 7 – Valorização do Preço Unitário médio (Estado do Ceará)



Fonte: Plataforma do AliceWeb/MDIC, adaptado por ABLA (2015).

De acordo com dois dos maiores produtores do estado do Ceará, José Blanchard Girão Ribeiro Filho, proprietário da empresa Piscicultura Tanganyka LTDA e Hudson, proprietário da empresa H&K Importação e Exportação de Peixes Ornamentais LTDA, essa diferença gritante do preço unitário dos peixes ornamentais cearenses se dá por vários motivos: A raridade de algumas das espécies criadas no estado, a qualidade do peixe (saúde, baixo índice de mortalidade), além da genética dos mesmos. Portanto, há uma explicação lógica para essa diferença de preço, pois caso contrário, seria muito mais vantajoso para os clientes comprarem de outros estados a preços bem mais baixos.

Essas informações foram obtidas a partir de conversas sobre o tema com os dois no dia da entrevista com Hudson, gestor da empresa H&K Importação e Exportação de Peixes Ornamentais LTDA.

Dados da CEARÁ (2014) mostram que o Ceará é o 3º maior exportador de peixes ornamentais do país, ficando atrás apenas dos estados do Pará e do Amazonas. Em 2014, a exportação desses peixes gerou US\$ 188 mil, com um total de US\$ 9,8 milhões do Brasil

como um todo. Os peixes ornamentais tem alto potencial para os mercados externos e internos. Como foi visto acima, os preços de peixes ornamentais no Ceará são bem maiores do que em outros estados, o que contribui para a posição de destaque no cenário nacional.

O estado fechou 2016 com crescimento nas exportações de 23,7%. Mais uma vez, os peixes foram destaque, ficando em terceiro lugar com variação de 66,2% entre os anos de 2015 e 2016. Mesmo com a falta de chuvas no estado, a soma de todos os produtos cearenses do agronegócio caiu 1%. Entretanto, os peixes ainda obtiveram crescimento de 46,9%, juntamente com o suco de frutas (CEARÁ, 2017).

## 4 METODOLOGIA

A abordagem da pesquisa é qualitativa. De acordo com Richardson (1999):

A pesquisa qualitativa pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos (RICHARDSON, 1999, p.90).

Os tipos de pesquisa utilizados no trabalho foram o descritivo e o exploratório. Gil (2002) classifica os tipos de pesquisa em três grupos:

- a) Exploratória - Tem como objetivo principal tornar o problema mais claro, acostumando o pesquisador com o mesmo;
- b) Descritivas – Geralmente assumindo a forma de levantamento, este tipo de pesquisa tem como objetivo principal estudar as características gerais de um grupo ou estabelecer relações entre variáveis;
- c) Explicativas – Tem como objetivo principal identificar os fatores que são determinantes para a ocorrência dos fatos.

O presente trabalho se deu de forma exploratória, pois o principal objetivo foi analisar os principais entraves que afetam, retardam ou impossibilitam o processo de internacionalização de uma empresa brasileira, buscando ajudar de alguma maneira futuros pesquisadores interessados no assunto. A pesquisa é descritiva pelo fato do trabalho ter estudado as características gerais de um grupo: as pisciculturas, tanto de corte quanto ornamental, através do levantamento de dados via pesquisas bibliográficas.

### 4.1 Procedimentos metodológicos

A pesquisa implementada no trabalho se deu de modo bibliográfico e documental. Conforme Gil (1994), a pesquisa bibliográfica é aquela em que o conteúdo do trabalho provém especialmente de artigos científicos e livros. Além de sua importância para estudos históricos, as mesmas possuem uma enorme vantagem por permitir ao pesquisador muito mais conteúdo do que uma pesquisa feita diretamente. A pesquisa documental se assemelha bastante à bibliográfica, com uma única diferença: A pesquisa documental utiliza-se de documentos que ainda não foram tratados analiticamente.



A coleta de dados se deu a partir de uma entrevista feita com um gestor, do ramo de piscicultura ornamental. “A entrevista é uma técnica importante que permite o desenvolvimento de uma estreita relação entre as pessoas.” (RICHARDSON, 1999, p. 207).

O instrumento de pesquisa utilizado no trabalho foi um roteiro de entrevista para pesquisa comparativa (APÊNDICE A), elaborado pelo pesquisador. Foi realizado um estudo de caso com objetivo de identificar os entraves enfrentados pelo gestor entrevistado no processo de internacionalização da sua empresa. A primeira pergunta procurava informar o nome da empresa, A segunda questão buscava entender os motivos da empresa na busca por novos mercados. A terceira questão procurou saber se as motivações foram de ordem interna, ou seja, da própria empresa ou externa através de vantagens competitivas, por exemplo.

A quarta questão buscou entender quais foram os maiores entraves enfrentados pelos gestores na internacionalização de suas respectivas empresas. A quinta questão teve como objetivo descobrir o quão impactante cada entrave citado foi na hora de internacionalizar a empresa. A sexta questão teve como objetivo saber sobre o impacto do atraso da abertura da economia brasileira. A sétima questão perguntou sobre o impacto nos dias de hoje com relação à crise que o Brasil enfrenta. Por fim, a oitava e última questão tratou sobre entraves ambientais, tema bastante discutido e relevante nos dias de hoje.

O Quadro 6 foi utilizado como base para a elaboração das perguntas para a realização da entrevista.

Quadro 6 – Autores que fundamentaram a entrevista

<b>Pergunta</b>	<b>Assunto</b>	<b>Autor</b>
2	Busca por novos mercados	Fleury e Fleury (2016); Bonelli (1998)
3	Motivações para a busca de novos mercados foram internas ou externas	Prozczinski e Steinbruch (2014)
4	Principais entraves enfrentados pela empresa no processo de internacionalização	CNI (2016); CNI (2014)
5	Impacto de quatro dos principais entraves citados por empresários brasileiros	CNI (2016); CNI (2014)
6	Impacto do atraso da abertura da economia brasileira	Ferreira (2011)
7	Impacto atualmente da crise no setor de piscicultura no Brasil	Kubitza (2015)
8	Entraves ambientais	Gregolin (2014) ou World Ocean Review (2013)

Fonte: Fleury e Fleury (2016); Bonelli (1998); Prozczinski e Steinbruch (2014); CNI (2016); CNI (2014); Ferreira (2011); Kubitza (2015); Gregolin (2014); World Ocean Review (2013).

Os dados coletados na entrevista foram tabulados através de uma análise de discurso. Conforme Gregolin (1995), a análise de discurso não possui um conceito específico, devido a ser um campo de estudo em formação. De um ponto de vista histórico, o que hoje é considerado análise de discurso, estava presente há mais de dois mil anos atrás, nos estudos da Retórica Grega. Na década de 1970 ganhou força, o que ainda não a fez ser considerada um campo claro de estudos. O presente trabalho utilizou-se da análise de discurso pelo fato de extrair da entrevista os pontos mais relevantes para o mesmo, a fim de enriquecê-lo.

## 5 RESULTADOS

O presente capítulo expõe os dados coletados através da entrevista elaborado pelo pesquisador e respondida pelo gestor da H&K Importação e Exportação de Peixes Ornamentais LTDA.

### 5.1 Apresentação da Empresa

A empresa H&K Importação e Exportação de Peixes Ornamentais LTDA foi fundada em 1995. No início, a mesma vendia peixes apenas para o mercado americano, mais especificamente para Miami. Em 1996, o empresário viajou para a Europa, atrás de prospectar novos clientes, conhecendo então um grande cliente na Inglaterra, o que fez com que a empresa passasse a vender para alguns países europeus como a Inglaterra, a Holanda e Alemanha, por exemplo. Nos anos seguintes, a empresa expandiu ainda mais seus horizontes comerciais, usufruindo de um maior *know-how* adquirido com as viagens, a mesma passou a vender para o continente asiático, melhorando ainda mais a oferta de preços, pois segundo o empresário, a Europa e os Estados Unidos pagam um preço bem abaixo do na Ásia. Com essa vantagem financeira do continente asiático, a empresa então passou a destinar cerca de 90% de toda a sua produção para o continente, mesmo com todas as dificuldades enfrentadas, como as dificuldades políticas, ambientais, legislativas, entre outras.

A partir de 2006 em diante, o empresário observou a oportunidade de trabalhar com peixes de água doce, especializando-se em peixes amazônicos raros. Até o ano de 2012, a empresa cresceu bastante na criação de peixes de água doce mais raros e difíceis de serem trabalhados e com certificação ambiental. A empresa estabeleceu parceria com unidades de conservação e parques nacionais na Amazônia, gozando do direito de explorar esses peixes raros racionalmente. Atualmente, grande parte dos peixes comercializados pela H&K vem do manejo sustentável. Dessa forma, a empresa abriu um bom mercado com essa prática.

A área total da empresa é de 700 m<sup>2</sup>. Inicialmente, a empresa contava com poucos funcionários, cerca de três a quatro. Com o passar dos anos, o número aumentou para cerca de vinte, todos ligados diretamente à empresa, com carteira assinada. Nos últimos anos, o número de funcionários oscilou entre oito a dez funcionários, tendo a empresa atualmente cinco funcionários, considerado um número baixo pelo próprio empresário.

## **5.2 Processo de Internacionalização**

De acordo com a análise dos dados providos da entrevista foi possível observar que o foco da empresa, desde sua criação, era a de atuar com exportação. Isso se deu graças á viagens realizadas pelo gestor a vários países ao redor do mundo. Segundo ele, essas viagens agregaram bastante na estratégia de atuação da empresa, pois foi possível conhecer outra realidade, com ideias até então desconhecidas e que poderiam ser aplicadas na própria empresa. Ou seja, a empresa já foi pensada com esse propósito antes mesmo de sua criação.

Antes mesmo da criação da empresa, o gestor já enxergava o mercado de peixes ornamentais para exportação como pouco explorado, não só no Ceará, mas como no Brasil inteiro. Esse fator foi levado em consideração no momento da criação da empresa, pois era uma oportunidade única de mercado.

A motivação para a internacionalização da empresa foi interna, ou seja, partiu de dentro da própria empresa. Segundo o gestor, as viagens e visitas à feiras em outros países, como foi citado anteriormente, foram as principais motivações da empresa para conhecer melhor o foco da empresa: internacionalizar-se. Hoje em dia, a empresa exporta para vários países em vários continentes, como a Europa e a Ásia. A empresa, porém, não exporta para países da própria América do Sul, mesmo com mais opções de voos para esse destino. Isso acontece devido às burocracias de acordos internacionais entre os países, como a Argentina, por exemplo. Além disso, é um mercado muito pequeno, com pouco poder de compra, algo que é exatamente o contrário nos mercados europeus, asiáticos etc.

## **5.3 Entraves da internacionalização e soluções da empresa H&K**

Como foi visto anteriormente no trabalho, os entraves enfrentados pelas empresas afetam, retardam ou impedem o processo de internacionalização das mesmas. Com a empresa H&K não foi diferente, com os entraves atrapalhando o processo de internacionalização.

Primeiramente, foi perguntado quais os principais entraves enfrentados no processo de internacionalização da empresa. Foram citados: Burocracia, falta de apoio das instituições públicas brasileiras, custos tributários e a falta de infraestrutura. É interessante notar que os quatro entraves apontados como os principais pela empresa também estão entre os principais citados por outros empresários brasileiros segundo os relatórios da CNI tanto de 2014 como de 2016, ou seja, os anos vão passando e os problemas persistem.

A burocracia e a falta de infraestrutura brasileira serão abordadas com mais detalhes mais a frente. No que se refere à falta de apoio das instituições públicas, o empresário afirmou ter recebido pouco ou nenhum apoio dos órgãos brasileiros desde o início das atividades da empresa até os dias de hoje. São quatro os órgãos públicos envolvidos no funcionamento da mesma: Instituto Brasileiro do Meio Ambiente (IBAMA), Receita federal, Infraero, Ministério da agricultura. Não existe suporte nenhum para a empresa ou para o empresário, já que os órgãos trabalham descoordenados, não existe cooperação entre eles, deveriam desburocratizar para que as empresas pudessem vender mais. Ao invés de haver um documento envolvendo todos os órgãos, cada um exige um documento que contém os mesmos pedidos. Além disso, o gasto de dinheiro com papel é extremamente desnecessário, já que os órgãos não geram estatística. Para piorar, não há canal de diálogo com o ministério da agricultura, que domina a gestão da pesca e nem no ministério do meio ambiente (IBAMA). As associações tentam conversar com os gestores públicos, porém sem sucesso, não ajudando os mesmos em absolutamente nada. Além disso, o Ministério da Pesca foi extinto, o que acarreta em uma troca constante de pessoas e políticas, o que leva a uma não evolução dos processos que estavam em andamento e que poderiam acarretar em mudanças positivas para as empresas do setor.

Em seguida, foram citados quatro dos principais entraves apontados por empresários entrevistados pela CNI, foram eles:

### ***5.3.1 Custos Tributários***

Segundo o empresário, os custos tributários impactam muito a internacionalização da empresa. Segundo ele, todos os custos aumentaram, entre eles os impostos, a energia, os insumos. Portanto, isso afeta diretamente no funcionamento da empresa, pois com custos mais elevados, parte do lucro que poderia ser usado para investimentos ou melhorias internas acaba sendo desperdiçado para pagar os custos cada vez mais caros.

O empresário afirmou que a empresa poderia trabalhar também com importação, mas devido às tarifas de importação ser tão absurdas (na casa dos 60% a 70%), mais o fato de somarem-se o preço de mercadoria mais o frete. Além disso, ele cita os altos preços do isopor, saco plástico, oxigênio etc. Portanto, com esses custos tão altos e sem ajuda do governo para melhorar ou amenizar essa situação, fazem com que seja um entrave muito impactante no processo de internacionalização.

### ***5.3.2 Burocracia excessiva do país***

Segundo o empresário, um dos principais entraves de todos. Essa burocracia excessiva prejudica apenas as empresas. Um dos mais graves tipos de burocracia segundo o empresário foi à burocracia documental. O exemplo citado por ele retrata bem o impacto negativo que esse entrave gera na empresa. Os órgãos exigem documentos que contém as mesmas informações. A empresa necessita obrigatoriamente mandar cópias desses documentos para o IBAMA, Secretaria da Fazenda, SEFAZ, Ministério da agricultura, Receita federal e para um veterinário particular. O que agrava a situação é que os órgãos pedem esses documentos impressos, o que acarreta em um custo grande com papel, que segundo o empresário é desnecessário pelo simples fato dos órgãos não gerarem estatística.

Outro tipo de burocracia citada pelo empresário foi à questão tecnológica. Segundo ele, alguns dos funcionários mais antigos desses órgãos levam consigo uma verdadeira fobia das novas tecnologias, fazendo com que tudo seja impresso, o que acarreta em uma maior demora no andamento do processo. Segundo ele, caso os processos fossem arquivados em computadores, facilitaria bastante tanto para a empresa como para esses órgãos. Além disso, o mesmo citou a não necessidade de tantos documentos impressos, quando a nota fiscal já seria o suficiente para suprir todos os requerimentos dos órgãos públicos, pois contem as informações pedidas como nome, nome científico etc..

Além disso, o empresário citou o fato de o governo brasileiro criar e mudar regras a todo instante, segundo ele, não cumprindo as mesmas, como é o caso do Ministério da Agricultura.

### ***5.3.3 Custo dos transportes***

No que se refere a custo de transportes, o frete foi citado como principal entrave pelo empresário. Devida á falta de infraestrutura aero portuária brasileira e a monopolização das empresas aéreas, o frete pago pelo mesmo aumentou em até 150% ao longo dos anos. Segundo ele, faltam voos, rotas, e principalmente mais companhias aéreas. De acordo com o mesmo, na década de 1990, havia muito mais companhias aéreas que faziam o transporte do que nos dias de hoje. Isso faz com que as opções sejam muito restritas, sendo a empresa então “refém” das únicas companhias aéreas disponíveis no mercado que realizam esse transporte de peixes vivos para o exterior. Os clientes em potencial existem, porém o alto custo com

fretes e as poucas opções de voo impossibilitam a venda para esses clientes, o que prejudica bastante a empresa.

#### **5.3.4 A infraestrutura brasileira**

A infraestrutura brasileira de modo geral foi bastante criticada. Aeroportos, ferrovias, rodovias etc.. Todas foram citadas como negativas no que se refere á ajuda na hora de exportar o produto. A precariedade e a falta de investimentos do governo brasileiro acarretam em um atraso nesse processo. Um exemplo que ocorreu recentemente com o empresário foi citado pelo mesmo. Após comprar um peixe com um cliente em Altamira (PA), o peixe teve que ser levado até Marabá (PA), em uma viagem de aproximadamente 800 km com estradas precárias, pois o aeroporto de Altamira não realiza transporte dos peixes. Esse exemplo mostra o despreparo e a falta de estrutura não apenas dos aeroportos, como de todos os meios de transportes brasileiros, o que promove custos altos com transporte, mão de obra etc.

No que se refere a um possível impacto no setor atualmente devido ao atraso da abertura da economia brasileira, o empresário afirmou que a própria burocracia e a não facilitação dos processos de exportação impactam o setor.

#### **5.4 Entraves econômicos**

O atraso da abertura da economia brasileira impacta atualmente o setor. O Brasil não possui acordo com alguns países, o que impede que os mesmos sejam destino para as exportações, por mais que alguns demonstrem interesse na compra dos peixes ornamentais. Além disso, o mesmo afirma que o cliente em potencial entra em contato demonstrando o interesse, a empresa tem total interesse em exportar, porém não há opções de voo para o país-destino, o que novamente impede a exportação. O empresário afirma:

“É o nosso Itamaraty, as nossas instituições públicas poderiam estar em conversação com esses países que não tem acordo firmado com o Brasil para poder, assim, desburocratizar isso e criar canais de facilitação para a gente poder exportar mais. Então eu vejo assim, o trabalho daquele ApexBrasil, essas secretarias, eles têm muito mais publicidade, né, do que realidade, fato, de ação (...) Exatamente esse mercado de flores, de frutas, de peixe ornamental e de pescado, que o Ceará detém isso, eles sofrem muito por não ter essa ajuda, não ter facilidade(...) (GESTOR 1).”

Ainda segundo o empresário, apesar das várias secretarias existentes, não há nenhuma ajuda por parte das mesmas. Além disso, como foi dito, faltam voos regulares, os impostos e custos tributários são muito grandes, dentre vários outros problemas, ou seja, vários fatores que poderiam estar sendo trabalhados para facilitar a exportação são esquecidos ou ignorados pelo governo brasileiro. Ele comenta ainda que os empresários dos ramos citados por ele (mel, frutas, flores) enfrentam os mesmos entraves, conseqüentemente acarretando em muito mais dificuldades para exportar seus produtos do que em outros países. O empresário afirma que tudo é contrário ao empreendedorismo. Ele cita que apesar de parecerem “bonitos” aos olhos do empresário, os programas de exportação ajudam apenas os grandes empresários, deixando de lado os pequenos e médios empresários, que movimentam a economia brasileira.

Além disso, outro entrave econômico que impactou e continua impactando as empresas brasileiras no processo de internacionalização é a atual crise econômica e política que o país enfrenta. Além do que foi já dito pelo empresário no que se refere ao aumento de todos os custos (energia, impostos etc..) outro agravante foi a não estabilização do câmbio devido à crise. Essa desestabilização do câmbio afeta diretamente a forma de negociar da empresa (melhorar)

### **5.5 Entraves ambientais**

O ambientalismo de alguns setores na economia, no governo e na sociedade, devido ao cumprimento do que é politicamente correto, e à preocupação com o futuro do planeta Terra, tende a ser crítico com qualquer atividade que envolva o meio ambiente. No Ceará, por exemplo, existem muitas criações de camarão e de peixes ornamentais e de corte. Algumas pessoas que veem de fora, e que não possuem conhecimento aprofundado sobre tais atividades, tendem a julga-las e critica-las, apesar de tais atividades serem geradoras de emprego e de recursos econômicos, movimentando a economia. Isso se deve especialmente pela irresponsabilidade ou falta de compromisso com o meio ambiente de um ou outro produtor, o que acaba gerando uma falsa impressão de que todos os outros agem da mesma forma, denegrindo a imagem de atividades tão importantes como a piscicultura e a carcinicultura tanto para a economia quanto para o próprio meio ambiente.

No caso das dificuldades ambientais e legislativas, o empresário afirmou:

“Entre 2002 e 2003 o IBAMA colocou a restrição, que no início a gente não tinha cota para os peixes, a gente podia pescar a quantidade que quisesse e exportar a



quantidade que quisesse, e de uma hora para outra eles limitaram em cinco mil peixes, né? De cada espécie, isso em 2002. Quando foi em 2004/2005, eles limitaram em dois mil e quinhentos peixes (...) (Gestor1).”

Devido a essa restrição, o empresário afirmou que é difícil para a empresa crescer, já que possui uma quantidade limite do que pode vender, afetando seu histórico, o que o próprio chamou de “políticas unilaterais dos ambientalistas”, pois o mesmo afirmou que se envolvessem o produtor, o ambientalista e o pesquisador, essa política não seria tão radical.

A entrevista foi concedida pelo gestor na própria empresa, localizada em Fortaleza – Ceará. A duração da mesma foi de aproximadamente uma hora, estendendo-se também via aplicativo de celular, conforme algumas dúvidas do pesquisador foram surgindo, além de informações complementares que ajudassem a responder as perguntas. A única dificuldade enfrentada foi pela disponibilidade do gestor, devido ao grande número de viagens que o mesmo realiza a trabalho.

Portanto, encerra-se assim a contribuição do gestor entrevistado, contando um pouco sobre os entraves vividos pela empresa ao longo desses anos, além do destaque daqueles que para a mesma foram/são os que mais afetam seu processo de internacionalização. O próximo capítulo tratará das considerações finais do trabalho, além de sugestões para novas pesquisas e os problemas enfrentados na elaboração da mesma.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após as pesquisas bibliográficas e a entrevista realizada com o gestor, todos os objetivos estipulados no trabalho foram alcançados, além do problema de pesquisa ter sido solucionado, como será mostrado a seguir no presente capítulo.

O objetivo geral deste trabalho foi analisar os entraves no processo de internacionalização das empresas brasileiras no setor de piscicultura. Partindo principalmente dos relatórios elaborados, os empresários brasileiros de diferentes setores apontaram alguns dos mais graves entraves enfrentados por suas empresas no processo de internacionalização, foi elaborado pelo pesquisador um roteiro de perguntas para entrevistar o gestor da empresa H&K Importação e Exportação de Peixes Ornamentais LTDA, a fim de comparar as respostas obtidas com as do empresário entrevistado. Além disso, o problema de pesquisa elaborado também foi respondido: **Quais os principais entraves para a internacionalização de empresas brasileiras no setor de piscicultura?**

Os principais entraves citados pelo empresário foram a burocracia excessiva, a falta de infraestrutura brasileira, a falta de apoio das instituições públicas brasileiras e os altos custos tributários. É importante ressaltar que todos os entraves citados pelo gestor durante a entrevista estavam entre os entraves citados por outros empresários brasileiros de vários setores tanto no relatório de 2014, como no de 2016. Nota-se que a partir dessas informações, confirma-se o que o gestor afirma na entrevista, que o Brasil não oferece as condições necessárias para o desenvolvimento das empresas.

A superação dos entraves por parte da empresa H&K deu-se por esforço próprio da mesma, através de visitas à feiras internacionais sobre peixes ornamentais, palestras, cursos de capacitação a nível internacional, investimentos maciços em viagens para prospectar novos clientes. Além disso, com a criação de uma associação a nível brasileiro, a Associação Brasileira de Lojas de Aquarofilia (ABLA) e uma aproximação com deputados e senadores estaduais, em que foi levada até os mesmos uma pauta com a problemática enfrentada pelas empresas do setor, acarretaram em uma ajuda por parte dos mesmos.

A balança comercial brasileira foi analisada através dos dados coletados tanto de piscicultura de corte como ornamental, para que o trabalho se fizesse mais completo. Tabelas, gráficos e estatísticas foram utilizados para ilustrar a situação da balança comercial brasileira em anos anteriores e atuais. Como resultado, notou-se que o mercado de peixes no Brasil vem evoluindo ao longo dos anos, e que apesar da crise, o setor vem demonstrando resistência e crescimento.

O setor de piscicultura é muito carente de informações para novas pesquisas, fazendo com que seja difícil pesquisar sobre o tema. Espera-se que este trabalho possa contribuir de forma positiva nesse aspecto, movimentando assim discussões sobre o tema, permitindo que futuros pesquisadores tenham mais facilidade em encontrar o que procuram. As informações tanto de peixes de corte como de peixes ornamentais deveriam ser bem mais extensas devido à sua importância.

Como sugestões para novos estudos poderiam ser elaborados trabalhos mais aprofundados sobre pisciculturas ornamentais em relação aos impactos ambientais, desenvolvimento da atividade e importância econômica, tendo em vista que é um assunto ainda não tão explorado no Brasil como deveria, devido ao seu crescimento nos dias atuais. Esses estudos seriam de imensa importância para pesquisas futuras, e ajudariam os futuros pesquisadores a encontrar informações e compreendê-las com maior facilidade.

## REFERÊNCIAS

- ALEM, A.C.; CAVALCANTI, C.E. O BNDES e o apoio à internacionalização das empresas brasileiras: algumas reflexões. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v.12, n. 24, p. 43-76, dez. 2005. Disponível em: <[https://24e3302b-a-62cb3a1a-sites.googlegroups.com/site/cursogesel/economia-internacional/05-rev2403BNDES.pdf?attachauth=ANoY7cqH4qoBNUdp\\_rX1JQ0jQUZdoX2z\\_EtzFSW00gbH1k-e4BIJ3VBV46swFvcc6B81YxQKezEYBuFApimr13Y0DQIDHmFoSKx\\_i5C5oLXfuGzfxuEU-DWcigMmslfTkxMdEpwgm75XUKq-jpLP2P58kzJ1OfBVIU1fZ7QWY1EVIII3K6gVDLadKDEYodXm-jF0\\_vhSxP1w59CISoJvymr0o3PLIV4gjakrbVYIyKx8CO11s7SIY4x0pQKJloawBXodE\\_y2sV6w&attredirects=0](https://24e3302b-a-62cb3a1a-sites.googlegroups.com/site/cursogesel/economia-internacional/05-rev2403BNDES.pdf?attachauth=ANoY7cqH4qoBNUdp_rX1JQ0jQUZdoX2z_EtzFSW00gbH1k-e4BIJ3VBV46swFvcc6B81YxQKezEYBuFApimr13Y0DQIDHmFoSKx_i5C5oLXfuGzfxuEU-DWcigMmslfTkxMdEpwgm75XUKq-jpLP2P58kzJ1OfBVIU1fZ7QWY1EVIII3K6gVDLadKDEYodXm-jF0_vhSxP1w59CISoJvymr0o3PLIV4gjakrbVYIyKx8CO11s7SIY4x0pQKJloawBXodE_y2sV6w&attredirects=0)> Acesso em: 30 jun. 2017.
- ALHO, C.J.R.; REIS, R.E.; AQUINO, P.P.U. Amazonian freshwater habitats experiencing environmental and socioeconomic threats affecting subsistence fisheries. **Ambio**, v.44, p.412-25, 2015. Disponível em: <[https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4510326/pdf/13280\\_2014\\_Article\\_610.pdf](https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4510326/pdf/13280_2014_Article_610.pdf)>. Acesso em: 18 abr. 2017.
- ANDREWS, B. **Ornamental Fish Farming: Production Methods**. Melbourne: Case Bound, 2011.p. 8-10.
- AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS (APEX-BRASIL). **Brasil se destaca na exportação de peixes ornamentais**. Brasília, 2014. Disponível em: <<<http://www.apexbrasil.com.br/Noticia/Brasil-se-destaca-na-exportacao-de-peixes-ornamentais>>> Acesso em: 29 mar. 2017.
- \_\_\_\_\_. **Internacionalize sua empresa**. Brasília, 2017. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/internacionalize-sua-empresa>> Acesso em: 29 mar. 2017.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE LOJAS DE AQUARIOFILIA (ABLA) **Caracterização da cadeia produtiva de organismos ornamentais**. São Paulo, 2015. Disponível em: <<file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/ABLA%202015.pdf>> Acesso em: 12 mar. 2017.
- ASSOCIAÇÃO INDUSTRIAL DO MINHO (AL MINHO). **Internacionalização**. Braga, 2017. 41p. Disponível em: <<http://www.aiminho.pt/imgAll/file/Manuais/Internacionalizacao.pdf>> Acesso em: 18 maio 2017.
- BAETA, V.S.A. **Exportação: um passo na Internacionalização**. 2013. 156 f. Dissertação (Mestrado em Gestão) - Curso de Economia, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2013. Disponível em: <[https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/24696/1/Vanessa\\_Baeta\\_Relatorio\\_de\\_Estgio\\_%5BMgest%C3%A3o%5D\\_%5B2013%5D.pdf](https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/24696/1/Vanessa_Baeta_Relatorio_de_Estgio_%5BMgest%C3%A3o%5D_%5B2013%5D.pdf)>. Acesso em: 14 mar. 2017.
- BAKER; MCKENZIE. **International Joint Ventures Handbook**. The leading cross-border firm Sept. 2015.

BRITISH BROADCASTING CORPORATION (BBC Brasil). **As mulheres que popularizaram mundialmente a ‘Brazilian wax’ – a depilação íntima brasileira.** 2017. Disponível em: < <http://www.bbc.com/portuguese/internacional-38600350>>. Acesso em: 5 maio 2017.

\_\_\_\_\_. **Cultura empreendedora brasileira está abaixo da média, diz pesquisa da BBC.** 2011. Disponível em: < [http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2011/05/110525\\_pesquisa\\_empreendedorismo\\_bbc\\_rw.shtml](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2011/05/110525_pesquisa_empreendedorismo_bbc_rw.shtml)>. Acesso em: 5 maio 2017.

BONELLI, R. **As estratégias dos grandes grupos industriais brasileiros nos anos 90.** Texto para discussão, Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), 1998.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Aquicultura.** Brasília. 2016. Disponível em: < <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/pesca-e-aquicultura/aquicultura>> Acesso em: 22 mar. 2017.

\_\_\_\_\_. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Programas de Promoção Comercial. **Exportação Passo a Passo.** Brasília: MRE, 2011. 268p. Disponível em: < <http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/manuais/PUBExportPassoPasso2012.pdf>>. Acesso em: 11 mar. 2017.

\_\_\_\_\_. CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE (CONAMA). Resolução nº 413, de 26 de julho de 2009. **Diário Oficial da União**, Brasília, n. 122, 30 jun. 2009. p. 126-129. Disponível em: < <http://www.mma.gov.br/port/conama/legiabre.cfm?codlegi=608>>. Acesso em: 23 Mar. 2017.

\_\_\_\_\_. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Programas de Promoção Comercial. **Exportação Passo a Passo.** Brasília: MRE, 2004. 166p. Disponível em: < <http://www.schualm.com.br/artigos/Exportacao.pdf>>. Acesso em: 11 mar. 2017.

BRUNO, M.; SILVA, R.M.B. **Análises e Propostas.** Desenvolvimento econômico e infraestrutura no Brasil: dois padrões recentes e suas implicações. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, n. 38, p. 1-28, dez. 2009. Disponível em: < <http://library.fes.de/pdf/files/bueros/brasilien/07917.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2017.

BUENO, J.M.; DOMINGUES, C.R. Estratégias de Internacionalização de Empresas Emergentes: Um Estudo Comparativo de Casos Brasileiros. **Future SRJ**, São Paulo, v. 3, n. 2, p.59-87, jul./dez 2011. Disponível em: < <https://future.emnuvens.com.br/FSRJ/article/view/79/154>>. Acesso em: 18 mar. 2017.

CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. R. **Negócios Internacionais:** estratégia, gestão e novas realidades. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. 544p.

CEARÁ. Secretaria do Desenvolvimento Econômico. Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará S.A. **Exportações cearenses crescem 23,7% em 2016.** Ceará, 2017. Disponível em: < <http://www.ceara.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/19116-exportacoes-cearenses-crescem-237-em-2016>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

\_\_\_\_\_. Secretaria do Desenvolvimento Econômico. Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará S.A. **Exportações do Ceará em 2014, com foco no Agronegócio**. Ceará, 2015. Disponível em: < <http://www.adece.ce.gov.br/index.php/agronegocio/exportacoes-cearenses>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

\_\_\_\_\_. Secretaria do Desenvolvimento Econômico. Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará S.A. **Aquicultura no Ceará**. Situação atual e potencialidades. Ceará, 2014. 37slides.

COELHO, D.B. Novas reflexões sobre a internacionalização das empresas brasileiras. **Rev. adm. empres.**, São Paulo, v. 51, n. 4, p. 411-412, ago. 2011. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902011000400008](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902011000400008)> Acesso em: 28 mar. 2017.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA (CNI). **Desafios à competitividade das exportações brasileiras**. Brasília: CNI, 2016.

\_\_\_\_\_. **Principais problemas da empresa exportadora**. Brasília: CNI, 2014.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (EMBRAPA). Embrapa Pesca e Aquicultura. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Piscicultura de água doce: Multiplicando conhecimentos**. Brasília: Embrapa, 2013. 17p. Disponível em: <<<http://livimagens.sct.embrapa.br/amostras/00054070.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2017

FAGUNDES, M.B.B.; VIANA, C.C. O; SAUER, L. *et al.* As estratégias de internacionalização da indústria brasileira de papel e celulose sob a ótica do paradigma eclético: estudo de caso da empresa Suzano papel e celulose. **Revista Ibero-americana de estratégia - RIAE**. São Paulo, v. 11, n. 3, p. 205- 233, set./dez. 2012. Disponível em:< <http://www.redalyc.org/pdf/3312/331227343009.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

FOOD NA AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). **Novo relatório da FAO aponta que produção da pesca e aquicultura no Brasil deve crescer mais de 100% até 2025**. Brasil, 2016. Disponível em: < <http://www.fao.org/brasil/noticias/detail-events/pt/c/423722/>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

FERREIRA, F. M. Internacionalização das empresas brasileiras desenvolvedoras de softwares. In: JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 7., 2011, São Paulo. **Anais...** . São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2011. p. 1 - 18.

FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. O desenvolvimento das multinacionais brasileiras no cenário global. **GV-executivo**, v. 15, n. 1, jan./jun, 2016. Disponível em: <[http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/o\\_desenvolvimento\\_das\\_multinacionais\\_brasileiras.pdf](http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/o_desenvolvimento_das_multinacionais_brasileiras.pdf)>. Acesso em: 30 jun. 2017.

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. **Internacionalização e os Países Emergentes**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2007.

GERY, J. The fresh-water fishes of South America. In: FITTKAU, E. J. *et al.* **Biogeography and ecology in South America**. The Netherlands: The Hague, 1969. v. 2, p. 829-839.

GIL, A. C. Delineamento da Pesquisa. In: \_\_\_\_\_. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1994. p.65-66. Disponível em: <<https://materialinglesfe.files.wordpress.com/2012/11/texto-03-delineamento-da-pesquisa.pdf>>. Acesso em: 02 Jun. 2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176p. Disponível em:<[https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod\\_resource/content/1/como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://professores.faccat.br/moodle/pluginfile.php/13410/mod_resource/content/1/como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf)>. Acesso em: 30 jun. 2017.

GREGOLIN, A. **Mar de Oportunidades**: O potencial da pesca e aquicultura, a criação do Ministério e as políticas de estímulo ao setor. Curitiba: Compactos, 2014. 167 p.

GREGOLIN, M. R. V. Análise dos Discurso: Conceitos e Aplicações. **Alfa**, São Paulo, v.39, p.13-21, 1995. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/viewFile/3967/3642>>. Acesso em: 30 jun. 2017.

HEMDAL, J. F. **Aquarium Fish Breeding**. Nova Iorque: Barron's, 2003. 5p.

INSTITUTO PET BRASIL. **Segmento em ascensão**. 2013. Disponível em: <<http://www.petbrasil.org.br/noticia/segmento-em-ascensao>>. Acesso em: 21 mar. 2017.

KUBITZA, F. Aquicultura no Brasil: conquistas e desafios. **Panorama da Aquicultura**, Laranjeiras, v. 25, n. 150, p.9-23, jul/ago. 2015. Disponível em: <<http://www.ferrazmaquinas.com.br/en/imagens/uploads/conteudos/42/arquivo/20151009160433oLNAngD3p.pdf>>. Acesso em: 03 mar. 2017.

KUBITZA, F.; CAMPOS, J.L.; ONO, E.A. *et al.* Panorama da Piscicultura no Brasil: Estatísticas, espécies, pólos de produção e fatores limitantes à expansão da atividade. **Panorama da Aquicultura**, Laranjeiras, v. 22, n. 132, p.14-25, jul. 2012.

LUCIANO, O.M. Competências Empreendedoras: A nova ordem da Globalização, 2011, p. 3.

MANTEGA, G. Brasil 2007: Pronto pra crescer novamente. In: FUNDAÇÃO ALEXANDRE GUSMÃO. **Revista DEP – Diplomacia, Estratégia e Política**, n.6 , p. 35-48, abr/jun., 2007. Disponível em: < [http://www.funag.gov.br/ipri/images/pdf/Revista\\_DEP06\\_Portuges.pdf](http://www.funag.gov.br/ipri/images/pdf/Revista_DEP06_Portuges.pdf)> Acesso em: 03 jun. 2017.

MOREIRA, M. Z. **Competitividade Internacional Baseada em Recursos – Estudo do Processo de Internacionalização das Maiores Empresas Exportadoras do Setor Calçadista Brasileiro**. 2006. 209 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Curso de Administração, Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2006.

ORNAMENTAL FISH INDUSTRY (OFI). **Ornamental Fish Industry Data**. 2015. Available from: < <http://www.ofish.org/ornamental-fish-industry-data>>. Access on: 29 mar. 2017.

OSTRENSKY, A.; BOEGER, W. **Piscicultura**: fundamentos e técnicas de manejo. Guaíba: Agropecuária, 1998. p 211.

PINTO, L. M. **A infraestrutura brasileira e os desafios na logística de distribuição de grãos de soja para exportação**. 2012. 107 f. Monografia (Graduação em Relações Internacionais) - Curso de Relações Internacionais, Centro Universitário de Brasília, Asa Norte, 2012. Disponível em:

<[http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/635/3/20822795\\_Lucas%20Pinto.pdf](http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/635/3/20822795_Lucas%20Pinto.pdf)>. Acesso em: 22 mar. 2017.

PUNNET, B.J.; SHENKAR, O. International joint ventures. In: \_\_\_\_\_. **Handbook for international management research**. Cambridge, MA: Blackwell, 1996, p. 429-452.

REZENDE, O.; CAMPOS, L. A. G. Internacionalização de empresas e o modelo dinâmico de aprendizagem - Estudo de caso de uma empresa do setor de pedras ornamentais. **Pretexto**, Belo Horizonte, v. 11, n. 2, p.58-79, abr./jun. 2010. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/645/552>>. Acesso em: 22 mar. 2017.

PROZCZINSKI, D.; STEINBRUCH, A.M. Os obstáculos à internacionalização de empresas inovadoras e o papel dos Ambientes de Inovação no Brasil. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE PARQUES TECNOLÓGICOS E INCUBADORAS DE EMPRESAS, 24., 2014, Belém. **Anais...**. Florianópolis: Anprotec, 2014. p. 1 - 30. Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br/Relata/ArtigosCompleto/ID%2036.pdf>>. Acesso em: 22 jul. 2017.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROOT, F. R. **Entry strategies for international markets**. New York: Lexington Books, 1994. 324p.

SANCHES, R. O. **Desburocratização na administração pública**. 2007. 40 f. Monografia (Especialização em Administração Pública) - Curso de Administração, Faculdades do Brasil, Curitiba, 2017. Disponível em: <<http://www.imap.curitiba.pr.gov.br/wp-content/uploads/2014/03/Desburocratiza%C3%A7%C3%A3o%20na%20administra%C3%A7%C3%A3o%20p%C3%BAblica.pdf>>. Acesso em: 22 mar. 2017.

SANTOS, I. A. F.; SIEBER, S. S.; FALCON, D.R. Piscicultura de base familiar como estratégia para o desenvolvimento rural: experiências no estado de Pernambuco. **Extensão Rural**, v. 21, n. 1, p.10-12, 14 maio 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/extensaorural/article/view/8620>>. Acesso em: 11 Abr. 2017

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Franquia Franqueador Franqueado**. Brasília, 2017. 81p. Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/franquias\\_portal\\_sebrae.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/franquias_portal_sebrae.pdf)>. Acesso em: 06 Mai. 2017

\_\_\_\_\_. **Piscicultura traz boas oportunidades para os produtores rurais**. Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/piscicultura-traz-boas-oportunidades-para-os-produtores-rurais,63c81a5b6e00f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 16 Abr. 2017.

\_\_\_\_\_. **Internacionalização das micro e pequenas empresas**. Oportunidades sugeridas pela experiência internacional. Série mercado. Nov. 2006.180p.



WELCH, L. S.; LUOSTARINEN, R. Internationalization: evolution of a concept. **Journal of General Management**, vol. 14, n. 2, p. 34-35, 1988.

TWAROWSKA, K.; KAŁOL, M. International business strategy - reasons and forms of expansion into foreign markets. **Knowledge Management Innovation**, Croatia, p. 1005- 11, jun. 2013.

THE WORLD BANK. **Fish to 2030: Prospects for Fisheries and Aquaculture**. Washington, D.C: World Bank Report, Dec. 2013. 102p. Available from: <<<http://www.fao.org/docrep/019/i3640e/i3640e.pdf>>. Access on: 12 apr. 2017

WORLD OCEAN REVIEW. **The Future of Fish – The Fisheries of the Future**. Hamburgo: Maribus, 2013. v.2 . Available from: < [http://worldoceanreview.com/wp-content/downloads/wor2/WOR2\\_english.pdf](http://worldoceanreview.com/wp-content/downloads/wor2/WOR2_english.pdf)>.Access on: 12 apr. 2017.



## APÊNDICE A – ENTREVISTA

### GESTOR DE PISCICULTURA EXPORTADORA

A seguinte entrevista tem por objetivo principal entender quais os principais entraves referentes à internacionalização de uma empresa no setor de piscicultura.

1) Qual o nome da sua empresa? \_\_\_\_\_

2) Por que decidiram buscar novos mercados no exterior?

---



---



---

3) A(s) motivação(ões) para a busca desses novos mercados foram internas ou externas?

---



---



---

4) Na sua opinião, quais foram os principais entraves enfrentados para internacionalizar sua empresa?

---



---



---

5) Alguns dos entraves mais citados por empresários entrevistados pela CNI foram os quatro a seguir. O quanto cada um desses entraves impactou a internacionalização da sua empresa?

a) Custos Tributários

---



---



---

b) Burocracia excessiva do país

---



---



---

c) Custo dos transportes

---

---

---

d) A infraestrutura brasileira

---

---

---

6) O atraso da abertura da economia brasileira impacta atualmente o setor? Como?

---

---

---

7) Qual foi o impacto da crise econômica atual no processo de internacionalização de sua empresa?

---

---

---

8) Os entraves ambientais podem afetar o modo como as pessoas veem as pisciculturas?

---

---

---

## ANEXOS

### ANEXO A – PEIXES ORNAMENTAIS



Peixe Palhaço (Clown Fish)



Guppies



Carpa (Koi Carp)



Peixe Dourado (Golden Fish)



Tetra Neon (Neon Tetra)