CÉSAR ANTÔNIO CIUFFO MOREIRA

A INTERNACIONALIZAÇÃO DA BID NO FORTALECIMENTO DA DEFESA NACIONAL: UMA PARCERIA SETORIAL DA ABIMDE E A APEX-BRASIL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola Superior de Guerra – Campus Brasília como exigência parcial para obtenção do certificado de Especialista em Altos Estudos em Defesa.

Orientador: Prof. Cel. R1 EB Luiz Otávio Sales Bonfim

Brasília
2020

Os TCC, nos termos de legislação que resguarda os direitos autorais, são considerados propriedade da Escola Superior de Guerra (ESG). É permitida a transcrição parcial de textos do trabalho, ou mencioná-los, para comentários e citações, desde que sem propósitos comerciais e que seja feita a referência bibliográfica completa. Os conceitos expressos nos TCC são de responsabilidade do autor e não expressam necessariamente qualquer orientação institucional da ESG.

CÉSAR ANTÔNIO CIUFFO MOREIRA
(RG Nº 1.548.001 SSP/DF)

CÉSAR ANTÔNIO CIUFFO MOREIRA

A internacionalização da BID no fortalecimento da Defesa Nacional: uma parceria setorial da ABIMDE e a APEX-Brasil

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola Superior de Guerra – Campus Brasília, como exigência parcial para a obtenção do título de Especialista em Altos Estudos em Defesa.

Trabalho de Conclusão de Curso **APROVADO**:

Brasília, DF, 26 de outubro de 2020

LUIZ OTÁVIO SALES BONFIM (Cel R1 EB)
Orientador

PAULO ROBERTO LARABURU (Cel R1 EB)
Avaliador 1

FÁBIO ALBERGARIA DE QUEIROZ (Prof. Dr.)
Avaliador 2

A internacionalização da BID no fortalecimento da Defesa Nacional: uma parceria setorial da ABIMDE e a Apex-Brasil

César Antônio Ciuffo Moreira[1]

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi verificar se as ações de promoção comercial no Projeto *Brazil Defense* 2016-2018, celebrado entre a Apex-Brasil e a ABIMDE, logrou êxito em internacionalizar as empresas da Base Industrial de Defesa (BID) participantes do Projeto, inserindo-as no mercado externo. Para tanto, fez-se uma revisão bibliográfica de conceitos do trinômio Segurança, Defesa e Desenvolvimento, correlacionando-os com as teorias do comércio internacional e da internacionalização das empresas. Além da pesquisa aplicada, o método utilizado foi um estudo quantitativo para metrificar o sucesso do Projeto *Brazil Defense*, proporcionando uma perspectiva de como se dá a dinâmica do setor. Ao analisar a atuação da Apex-Brasil e suas medidas de resultado, pôde-se entender o processo de internacionalização das empresas brasileiras da BID. O estudo permitiu ainda avaliar a competitividade do Brasil e de seu setor de armas, e esclarecer a dinâmica do mercado. Ao destacar a necessidade da sustentabilidade interna e da projeção internacional da BID, como suporte para o Desenvolvimento e a Defesa Nacional, o estudo concluiu que o Projeto foi um sucesso, mas que é necessário o Brasil implementar políticas públicas mais concertadas e ações de promoção comercial para dinamizar esse estratégico setor para o País.
Palavras-chave: Defesa. Desenvolvimento. Base Industrial de Defesa. Internacionalização.

The IDB's internationalization in strengthening National Defense: a sectoral partnership between ABIMDE and Apex-Brasil

ABSTRACT

The objective of this work was to verify if the commercial promotion actions in the Brazil Defense Project 2016-2018, celebrated between Apex-Brasil and ABIMDE, succeeded in internationalizing the companies of the Industrial Defense Base (IDB) participating in the Project, inserting them in foreign markets. To this end, a bibliographic review of the concepts of the trinomial Security, Defense and Development was made, correlating them with theories of international trade and the internationalization of companies. In addition to applied research, the method used was a quantitative study to measure the success of the Brazil Defense Project, providing a perspective on how the sector's dynamics take place. By analyzing the performance of Apex-Brasil and its result measures, it was possible to understand the internationalization process of Brazilian IDB companies. The study also made it possible to assess the competitiveness of Brazil and its arms sector, and to clarify the market dynamics. In highlighting the need for internal sustainability and the international projection of the IDB, as support for Development and National Defense, the study concluded that the Project was successful, but that Brazil needs to implement more concerted public policies and trade promotion actions to boost this strategic sector for the country.
Keywords: *Defense. Development. Industrial Defense Base (IDB). Internationalization.*

SUMÁRIO**:** 1 Introdução – 2 Segurança, Defesa e Desenvolvimento – 3 O comércio internacional e o processo de internacionalização – 4 Principais efeitos do Projeto *Brazil Defense* – 5 A internacionalização e a Defesa e Segurança do Estado – 6 Considerações finais – Referências

[1] Gerente de Gestão Estratégica da Apex-Brasil – Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos. Trabalho de conclusão de Curso de Altos Estudos em Defesa 2020 da Escola Superior de Guerra, Campus Brasília, 2020.

1 **INTRODUÇÃO**

O tema proposto neste artigo científico é "A internacionalização da BID no fortalecimento da Defesa Nacional: uma parceria setorial da ABIMDE e a Apex-Brasil".

A Base Industrial de Defesa (BID) é definida na Política Nacional de Indústria de Defesa (BRASIL, 2005) como "o conjunto das empresas estatais e privadas, bem como organizações civis e militares, que participem de uma ou mais das etapas de pesquisa, desenvolvimento, produção, distribuição e manutenção de produtos estratégicos de defesa".

As empresas da BID se congregam de forma associativa, na Associação Brasileira das Indústrias de Materiais de Defesa e Segurança (ABIMDE), representando sessenta mil empregos diretos e indiretos, respondendo por 4% do PIB brasileiro e R$ 4,7 bilhões nas exportações (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE MATERIAIS DE DEFESA E SEGURANÇA, 2018, p. 17). Nesse sentido, para auferir os benefícios para a defesa e o desenvolvimento nacional, faz-se necessário o melhor entendimento da dinâmica do setor, bem como a sua inserção no processo de internacionalização.

É importante ressaltar que o outro objeto deste estudo – a Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos - Apex-Brasil – possui a missão de "promover as exportações, a internacionalização das empresas brasileiras e os investimentos estrangeiros diretos, em apoio às políticas e estratégias públicas nacionais, a fim de contribuir para o crescimento sustentável da economia brasileira" (AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS, 2019, p. 14) e mantém parceria institucional com a ABIMDE desde o ano de 2010. A Apex-Brasil considera que a internacionalização dessas empresas contribui com o desenvolvimento e se reflete na defesa nacional.

Nos Cenários de Defesa 2020-2039 (BRASIL, 2017, p. 36, grifo do autor), a perspectiva para a BID não é a mais promissora. A análise que se tem é a seguinte:

> As atuais demandas das Forças Armadas, a defasagem tecnológica e os laços econômicos, políticos e militares entre os maiores compradores e fornecedores de sistemas de defesa **provavelmente** manterão a indústria brasileira com as capacidades ora existentes, com avanços setorizados, sem, contudo, conseguir abrir novos mercados que lhe permitam se autofinanciar e se desenvolver na direção da autossuficiência. Suas vendas **continuarão** dependentes de fornecedores estrangeiros de componentes e as Forças Armadas deles dependentes.

Para fazer frente a esse cenário, no contexto da parceria com a ABIMDE, a Apex desenvolveu o Projeto *Brazil Defense*. Esse convênio, realizado no período de janeiro de 2016

a janeiro de 2018, com a participação de 107 (cento e sete) empresas do setor e orçamento de pouco mais de dez milhões e cem mil reais, teve o objetivo de implementar as exportações de produtos de defesa e segurança fabricados no Brasil, com a participação em Feiras Internacionais de produtos de Defesa e Segurança.

Assim, a questão que se levanta neste trabalho é se o processo de internacionalização das empresas da BID que participaram do convênio Apex-Brasil/ABIMDE, por meio do projeto *Brazil Defense*, foi de fato efetivo; e, se essas empresas aumentaram o dinamismo de suas exportações nos dois anos após a conclusão do projeto.

Para tanto, esta pesquisa tem como objetivo identificar o processo de internacionalização das empresas participantes do convênio e sua efetividade econômica no que se refere à sua maior inserção internacional após o projeto.

O tema do trabalho encontra respaldo na Política Nacional de Defesa (PND)[2], que traz o seguinte enunciado em seu objetivo nº 7: "Promover a autonomia produtiva e tecnológica na área de defesa" (BRASIL, 2016, p.13); bem como, se relaciona com a estratégia nº 15 (ED15) da Estratégia Nacional de Defesa (END), que traz em sua formulação a "Promoção da sustentabilidade da cadeia produtiva da Base Industrial de Defesa" (Idem, p. 40).

A hipótese a ser verificada é que as empresas que participaram das Feiras e Missões Internacionais no projeto *Brazil Defense* obtiveram sucesso no seu processo de internacionalização, atingindo os mercados-alvo da parceria. Além disso, essas empresas aumentaram o dinamismo de suas exportações, nos dois anos após o projeto, verificados na análise do aumento de valor exportado, do maior número de mercados atingidos (países) e da maior quantidade de produtos de defesa exportados, contribuindo assim para o fortalecimento da defesa e da segurança do Estado.

Os princípios metodológicos para a redação deste artigo científico serão: pesquisa aplicada, visando a geração de conhecimento para aplicação prática para avaliação de projetos na Apex-Brasil; pesquisa quantitativa, analisando as variáveis de dinamismo econômico das exportações; pesquisa exploratória, conjugando a revisão bibliográfica e documental, bem como a análise de dados do Projeto elencado; e, por fim, pesquisa bibliográfica para análise de material publicado e pesquisa documental para análise das empresas, produtos e mercados propostos no Projeto da Apex-Brasil.

O referencial teórico será composto por autores e modelos teóricos que discutem os

[2] A PND foi revisada em 2016 e submetida ao Congresso Nacional, conforme Parágrafo 3º, do Art. 9º, da Lei Complementar Nº 97 de 9 de junho de 1999. Utilizou-se esta para este trabalho por ser a vigente na época do Projeto *Brazil Defense*.

conceitos de Defesa, Segurança e Desenvolvimento, tendo em vista o aspecto estratégico da Base Industrial de Defesa. Adicionalmente, será abordado o conceito de internacionalização, bem como a promoção de exportações.

No campo das Políticas Públicas serão referenciadas a Política Nacional de Defesa (PND) e a Estratégia Nacional de Defesa (END), no que tange a produção nacional de produtos de defesa e sua promoção comercial no exterior, bem como a Política Nacional de Indústria de Defesa (BRASIL, 2005), que "tem como objetivo geral o fortalecimento da BID".

Para a melhor contextualização da BID brasileira, no campo econômico, serão consultados os estudos realizados em parceria pela Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) e o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). No campo da Internacionalização serão destacados modelos conceituais (COSTA, 2017), tais como: O processo de Internacionalização da Escola Nórdica de Uppsala; Modelo de Inovação; Modos de entrada; e o Modelo "*Born Global*"[3].

Para alcançar o objetivo deste trabalho, esta pesquisa será desenvolvida da seguinte forma: inicialmente, irá descrever os conceitos de Segurança, Defesa e Desenvolvimento, pontuando a importância da internacionalização neste último, e, do ponto de vista teórico, evidenciar pontos convergentes ou conflitos entre conceitos; em seguida, irá tratar do Comércio Internacional e do processo de internacionalização das empresas da BID participantes do Projeto *Brazil Defense* 2016-2018, identificando as principais ações de promoção de exportações; a seguir, irá identificar os principais efeitos da participação das empresas no Projeto, verificando se conseguiram aumentar o dinamismo econômico de exportação e melhorar sua competitividade no mercado internacional; e, por fim, irá identificar a contribuição da internacionalização dessas empresas para o fortalecimento da defesa e segurança do Estado.

2 **SEGURANÇA, DEFESA E DESENVOLVIMENTO**

Como fundamento para as reflexões que virão, convém analisar os conceitos de Segurança, Defesa e Desenvolvimento, trinômio que norteia todo o contexto do Estado Brasileiro, e que embasa o objeto de estudo deste artigo.

A necessidade de segurança nacional e a neutralização de possíveis ameaças ao Estado são os objetos centrais da Defesa Nacional, que por sua vez possibilita e incentiva o

[3] Empresa que já nasce internacionalizada, tendo em vista seu modelo de negócio.

desenvolvimento nacional. Essa é a mesma lógica que se pode aplicar na busca dos meios de desenvolvimento da Base Industrial de Defesa e de sua projeção no exterior.

Segundo a obra Fundamentos do Poder Nacional (ESCOLA SUPERIOR DE GUERRA, 2019, p. 150), peça fundamental para a construção dos conceitos da Doutrina de Segurança, Defesa e Desenvolvimento, "o conceito de segurança, em sentido amplo, abrange a garantia contra todas as formas de ameaça em relação ao indivíduo ou aos grupos sociais". Nessa perspectiva, fica claro que Segurança se refere a um sentimento ou sensação, portanto ligados a algo intangível. Essa percepção intangível e abstrata figuraria como as possíveis ameaças que podem ser sentidas pelos indivíduos e/ou grupos sociais.

Para o leigo, segurança e defesa seriam conceitos que se confundem. No entanto, Abreu (2018, p. 57) destaca que "segurança e defesa não são conceitos sinônimos [...], principalmente quando o objeto referente é o Estado". Assim, quando se estende o conceito de segurança para o Estado, temos a Segurança Nacional, que pode ser definida como:

> A condição que permite a preservação da soberania e da integridade territorial, a realização dos interesses nacionais, livre de pressões e ameaças de qualquer natureza, e a garantia aos cidadãos do exercício dos direitos e deveres constitucionais (ESCOLA SUPERIOR DE GUERRA, 2015, p. 250).

Já o conceito de Defesa, segundo o Glossário das Forças Armadas, é o "ato ou conjunto de atos realizados para obter, resguardar ou recompor a condição reconhecida como de segurança" (BRASIL, 2007). Portanto, remete-se a construir com ações a "sensação" de segurança ou de proteção. De forma análoga ao conceito de Segurança Nacional, Defesa Nacional seria:

> O conjunto de atitudes, medidas e ações do Estado, com ênfase na expressão militar, para a defesa do território, da soberania e dos interesses nacionais contra ameaças preponderantemente externas, potenciais ou manifestas (ESCOLA SUPERIOR DE GUERRA, 2015, p. 85).

Fechando o trinômio, em termos de Desenvolvimento, no sentido geral, a ESG (2019, p. 136) define que "Desenvolvimento pode ser considerado como um processo social global, em que todas as estruturas passam por contínuas e profundas transformações". Dentre os fundamentos do Desenvolvimento Nacional, o que interessa ao presente estudo é o Desenvolvimento das Instituições, que implica no:

> funcionamento adequado e no aperfeiçoamento sistêmico das instituições

> políticas, econômicas, sociais, militares e científico-tecnológicas, a fim de adequá-las à complexidade e ao volume de encargos gerados pela própria evolução e, sobretudo, capacitando-as a dar continuidade a todo o processo de Desenvolvimento Nacional (ESCOLA SUPERIOR DE GUERRA, 2019, p. 142).

É relevante, ainda, fazer o relacionamento entre Desenvolvimento e Poder Nacional. Nesse sentido, o Poder Nacional de um Estado é o maior instrumento para a implementação do Desenvolvimento Nacional. E vice-versa, o Desenvolvimento acaba por fortalecer e aperfeiçoar o Poder Nacional.

Assim, a efetiva relação do trinômio Segurança, Defesa e Desenvolvimento contribui para o fortalecimento e o aperfeiçoamento (desenvolvimento) do Poder do Estado, dessa forma habilitando sua atuação na neutralização de ameaças (defesa), para a manutenção da sua soberania (segurança).

Após essa breve fundamentação teórica, serão abordadas agora, as políticas e estratégias que orientam o objeto deste estudo, voltadas para o desenvolvimento da Indústria de Defesa.

Em 2016, o Ministério da Defesa propôs ao Congresso Nacional a revisão da Política Nacional de Defesa (PND) e da Estratégia Nacional da Defesa (END). Esses são os principais documentos que norteiam o planejamento das ações das Forças Armadas e contemplam temas de segurança, defesa e desenvolvimento. Neles, está clara a indissociabilidade dos temas defesa e desenvolvimento:

> 2.1.4 **A defesa do País é indissociável de seu desenvolvimento**, na medida em que depende das capacidades instaladas, ao mesmo tempo em que contribui para o incremento das potencialidades nacionais e para o aprimoramento de todos os recursos de que dispõe o Estado brasileiro (BRASIL, 2016, p. 5, grifo do autor).

Dentre os Objetivos Nacionais de Defesa, observa-se o seguinte pressuposto:

> VII. Promover a autonomia produtiva e tecnológica na área de defesa: Significa manter e estimular a pesquisa e buscar o desenvolvimento de tecnologias autóctones, sobretudo no que se refere a tecnologias críticas, bem como o intercâmbio com outras nações detentoras de conhecimentos de interesse do País. Refere-se, adicionalmente, à qualificação do capital humano, assim como ao **desenvolvimento da Base Industrial de Defesa e de produtos de emprego dual (civil e militar)**, além da geração de empregos e renda. (BRASIL, 2016, p. 13, grifo do autor).

Por sua vez, a Política Nacional da Indústria de Defesa (BRASIL, 2005, grifo do autor) define a BID e os produtos estratégicos de defesa (PRODE) como:

> I - Base Industrial de Defesa - BID: é o **conjunto das empresas estatais e privadas, bem como organizações civis e militares, que participem de uma ou mais das etapas de pesquisa, desenvolvimento, produção, distribuição e manutenção de produtos estratégicos de defesa**; e
> II - Produto estratégico de defesa: são bens e serviços que pelas peculiaridades de obtenção, produção, distribuição, armazenagem, manutenção ou emprego **possam comprometer, direta ou indiretamente, a consecução de objetivos relacionados à segurança ou à defesa do País.**

Ao destacar a importância da BID, na busca pela independência e autonomia estratégica do Estado, Melo (2015, p. 40) afirma que ela é a:

> Responsável pelo fornecimento dos equipamentos utilizados na defesa da nação. Sua principal finalidade é, assim, conceber, desenvolver e manter tecnologias e equipamentos militares essenciais para a independência e autonomia estratégica.
> A busca da autonomia produtiva e tecnológica funda-se na garantia de abastecimento, continuidade do serviço e mobilização em caso de necessidade. O Estado não pode depender do fornecimento de equipamentos de outro Estado para garantir sua defesa.

Ainda sobre a importância da BID para a defesa e o protagonismo do Brasil no âmbito internacional, Ambros (2017, p. 151) afirma que:

> O desenvolvimento de tecnologia militar e a capacidade de industrializá-la ao ponto de mobilizar meios materiais suficientes para responder a uma ameaça externa em conflitos de média e longa duração é essencial para a inserção estratégica internacional de um país que pretende se colocar como protagonista mundial.

Fica claro que - no contexto dos documentos e estudos que tratam da Defesa Nacional - o desenvolvimento da BID é fator de grande relevância não apenas para a manutenção da nossa soberania, mas também para garantir ao país autonomia na defesa de seus interesses. Dentre eles, temos como destaque a Estratégia de Defesa Nº 15 (ED-15): "Promoção da sustentabilidade da cadeia produtiva da Base Industrial de Defesa" (BRASIL, 2016, p. 41), que irá subsidiar as políticas setoriais e o direcionamento da BID para exportação, aliada à Ação Estratégica de Defesa Nº 62 (AED-62), que tem o objetivo de: "Promover as exportações da Base Industrial de Defesa" (BRASIL, 2016, p. 40).

Como observado nos principais documentos do Ministério da Defesa, a importância da BID está bem configurada como um dos pilares de maior relevância para o Poder Nacional. Conforme palavras do Ex-Comandante do Exército, General Villas Bôas, "o fortalecimento da

Base Industrial de Defesa (BID) se coloca como valoroso pilar para a soberania do país" (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE DEFESA E SEGURANÇA, 2018, p. 27).

Ter uma BID forte é condição *sine qua non* para os países que desejam projeção no cenário internacional. Nesse sentido, é necessário possuir uma BID capaz de se sustentar economicamente no âmbito doméstico e, principalmente, sobreviver à competição com outras empresas de mesmo porte no ambiente externo.

Assim, a exportação de produtos de defesa ressalta de importância como uma ação estratégica para a sustentabilidade da BID, uma vez que a demanda interna não é suficiente para garantir a sua sobrevivência. Portanto, é fundamental a internacionalização dessas empresas.

Nesse sentido, convém verificar – a partir de agora – alguns parâmetros do Comércio Internacional e fundamentos da Internacionalização para se entender o processo de internacionalização das empresas da BID que participaram do Projeto *Defense Brazil*. capitaneado pela ABIMDE e pela Apex-Brasil.

Convém destacar de antemão que as empresas da BID, estatais e privadas, produzem produtos de defesa que podem ter emprego dual (civil e militar). Esses produtos e sua competitividade no mercado internacional (assentada na qualidade, preço, atratividade, etc), serão o foco das análises do próximo capítulo.

3 O COMÉRCIO INTERNACIONAL E O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

A globalização e a internacionalização das empresas são fatos que impactam as economias, com reflexos nas empresas por todo o mundo. A realidade impõe-se à competitividade dos setores econômicos, não restando alternativa a não ser projetar-se para fora do mercado doméstico e se inserir nas Cadeias Globais de Valores, com a internacionalização da produção (AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS, 2019).

Apenas para a compreensão da importância da internacionalização, destaco que o estudo do Comércio Internacional deve-se dar em duas abordagens: a Econômica e a de Internacionalização.

Em linhas gerais, a abordagem Econômica ou da Teoria Econômica estuda a relação de trocas comerciais entre Estados, busca explicar a necessidade da dinâmica comercial entre eles, os principais fatores e a competitividade do mercado internacional. As principais teorias dessa

abordagem são 5 (cinco): das Vantagens Absolutas; das Vantagens Comparativas; da Dotação Relativa de Fatores; de Comércio de Produtos Industrializados; e da Vantagem Competitiva.

No que tange às Teorias Econômicas de Internacionalização, as quais tentam explicar do ponto de vista das empresas a sua necessidade de internacionalização, temos 3 (três) teorias: a do Poder de Mercado; a da Internalização; e a do Paradigma Eclético.

Conceitualmente, na Internacionalização, busca-se ilustrar o comportamento das empresas, seus fatores críticos de competitividade e sua inserção estratégica no mercado internacional. As principais Teorias Comportamentais de Internacionalização são 4 (quatro): O Modelo de Internacionalização de Uppsala; *Networks* ou Redes de Negócios; Empreendedorismo Internacional; e *The Born Global Firm*.

Não é escopo deste trabalho esmiuçar exaustivamente nenhum desses conceitos, mas tão somente explicar os principais fatores que impactam o conceito de desenvolvimento do comércio internacional entre Estados, o modelo de atuação das empresas e de seu processo de internacionalização. E é isso que será abordado a seguir.

3.1 TEORIAS ECONÔMICAS DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

As abordagens econômicas (MOREIRA, 2012) remontam à formação do pensamento econômico de Adam Smith, com a publicação da Riqueza das Nações em 1776 e de David Ricardo, com a publicação do livro *The Principles of Political Economy and Taxation* em 1821, que estruturaram o pensamento liberal econômico clássico com a formação da Teoria do Comércio Internacional (Smith) e das Vantagens Comparativas (Ricardo). Essas teorias substituíram o conceito de Mercantilismo e dos Pactos Coloniais que tratavam somente do comércio dos estados absolutistas com as suas colônias.

O pensamento de Smith (SARKIS, 2012) elenca um sistema de “Vantagens Absolutas”, ou seja, baseado nos fatores do valor e da produção. Segundo seus pressupostos, os países, por intermédio do livre comércio, buscariam especializar-se na produção de bens que tivessem custos inferiores, que seriam exportados para outros países que aplicariam o mesmo modelo em outros produtos. Nesse sistema teríamos o compartilhamento dos menores preços em cada setor.

Já o modelo econômico das “Vantagens Comparativas”, proposto por Ricardo, não considerava o fator trabalho, nele “os países exportariam (importariam) bens produzidos onde o trabalho fosse relativamente mais (menos) eficiente, de modo que o comércio seria favorável mesmo para um país que fosse mais (menos) eficiente em todas as linhas de produção” (MOREIRA, 2012, p. 215), teríamos assim as vantagens comparativas que atribuíam diferentes

produtividades para diferentes países.

Já no século XX, com a evolução do pensamento econômico, essas teorias foram revisadas, sendo criadas as chamadas “Teorias Neoclássicas”, elaboradas por Eli F. Heckscher e aprimoradas por Bertil G. Ohlin (Teoria da Dotação Relativa de Fatores). Segundo Cassano (2002, p. 115):

> O Teorema de Heckscher-Ohlin, através de seu enunciado sobre o padrão de comércio entre duas economias, confirmou a tese de que cada país irá exportar os bens intensivos de fatores abundantes, ou seja, países com fator trabalho abundante estarão produzindo maior quantidade de bens intensivos de mão-de-obra do que realmente consomem e destinando os excedentes à exportação, enquanto que, países com fator capital abundante também deverão estar produzindo maior quantidade de bens intensivos de capital do que necessitam consumir a fim de exportar um maior volume dessa produção. Em ambos os casos, a importação de bens deverá ser efetuada pelos países no sentido oposto ao fator abundante, ou seja, países com fator trabalho abundante importarão bens intensivos de capital e países com fator capital abundante importarão bens intensivos de mão-de-obra.

De acordo com Krugman e Obstefeld (2001 apud COUTINHO, 2005), a abordagem acima não previa e nem explicava fatores que aconteceriam a partir do Século XX, como o crescimento do comércio de produtos cuja produção envolve proporção de fatores semelhantes, a existência de grande volume de comércio internacional entre países industrializados (com fatores semelhantes) e a ascensão da empresa multinacional, com um novo tipo de comércio: importação e exportação entre diferentes subsidiárias. Nesse sentido, desenvolvem-se as “Teorias de Comércio de Produtos Industrializados”, com quatro vertentes: as economias de escala, o papel central da demanda, os ciclos do produto e a concorrência monopolística.

Quanto à economia de escala, Coutinho (2005, p. 105) explica:

> A vertente teórica que privilegia a existência de economias de escala afirma que os custos da empresa ou do mercado se reduzem à medida que aumenta a quantidade produzida, o que leva à formação, não de um mercado de concorrência perfeita, mas de um mercado no qual as firmas tenham um certo grau de poder. Assim, cada país produziria uma variedade restrita de bens, beneficiando-se dos retornos crescentes de escala, sem sacrificar, contudo, a variedade no consumo possibilitada pelo comércio internacional. Dessa forma, países idênticos em suas dotações de fatores e gostos podem, mesmo assim, ganhar com o comércio.

Quanto ao papel central da demanda, Linder (1961 apud COUTINHO, 2005, p. 105) dispõe que é necessário diferenciar a dinâmica comercial de produtos primários e produtos industrializados, dada a diferença da dinâmica comercial em termos de demanda. Nesse

contexto, torna-se necessário a introdução do conceito da renda *per capita*, pois dependendo da elevação da renda de determinado país, aumentaria a sofisticação dos produtos.

Quanto ao ciclo do produto, Vernon (1972 apud COUTINHO, 2005, p. 106), afirma que a inovação dos produtos ocorre nas economias mais avançadas, "pois a alta especialização da mão-de-obra dá uma vantagem comparativa ao desenvolvimento e à produção inicial". O autor ainda indica que isso se dá por ser a demanda local mais sofisticada e possuir maior renda.

Outro ponto ressaltado pelo autor é o de que quando ocorresse a demanda internacional, os países mais desenvolvidos estariam aptos para exportar, por ter a oferta disponível. Em termos de capacidade de investimento, no monopólio e do desenvolvimento das diferenciações, Coutinho (2005, p. 106) afirma que:

> Na vertente teórica de concorrência monopolística a inovação ocorre com o objetivo de promover a diferenciação do produto, fazendo com que ele demonstre em algum aspecto superioridade sobre os demais e, consequentemente, que sua demanda seja aumentada. Essa vantagem decorrente da diferenciação do produto dá origem a uma corrida entre as empresas, com a finalidade de inovar.

Pode-se observar, com esta breve evolução das teorias econômicas expostas até o momento, que as mesmas buscam acompanhar a evolução da complexidade do ambiente do comércio internacional, com o desenvolvimento da globalização e com a aceleração da produção em escala e dos mecanismos de troca entre nações. Porém, a partir da década de 90, ampliando o conceito econômico, Porter (1999, p. 167, grifo do autor) apresentou a "Teoria da Vantagem Competitiva", afirmando que:

> A vantagem competitiva é gerada e sustentada através de um processo altamente localizado [...] em todos os países constatam-se disparidades marcantes nos padrões de competitividade. Nenhum país é capaz de competir em todos e nem mesmo na maioria dos setores. Em última instância, os **países obtêm êxito em determinados setores porque o ambiente doméstico é o mais progressista, dinâmico e desafiador.**

Portanto, percebemos que a conjugação dos fatores de produção depende do dinamismo do ambiente doméstico de um país, que deve fomentar e tornar seus setores e produtos mais competitivos, ganhando maior atratividade no ambiente internacional e possibilitando o desenvolvimento. Porter, que possui diversos trabalhos publicados no campo da Estratégia, mostra que determinado setor do país somente se tornará mais forte se souber construir e manter sua vantagem competitiva.

3.2 TEORIAS ECONÔMICAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Conforme foram sendo dados os primeiros passos para a formação das multinacionais e transnacionais, começou-se a estudar o comportamento dessas empresas e a discutir o porquê da opção do comércio internacional. Nesse viés, começaram a ser definidos modelos econômicos do que seria o processo de internacionalização; destacando-se a Teoria do Poder de Mercado, apresentada por Hymer (1960/1976), onde em seus pressupostos tínhamos que (CARNEIRO; DIB, 2007, p.5): "nos estágios iniciais de seu crescimento as empresas continuamente aumentariam sua participação em seus mercados domésticos através de fusões, aquisições e extensões de sua capacidade". Em seguida, por meio da acumulação do capital e do monopólio do mercado doméstico, a empresa buscaria sua projeção no cenário internacional.

Outra teoria é a de Internalização que, segundo Dib e Carneiro (2007, p. 5), trata da decisão empresarial de abordar diretamente o mercado internacional, ou seja, seria mais interessante a projeção das operações no cenário internacional, do que operar com terceiros. Nesse sentido, temos o seguinte enunciado:

> Sua ênfase recai na eficiência com a qual transações entre unidades de atividade produtiva são organizadas e usa os custos de transação como o racional para justificar se deve ser utilizado um mercado (externo à empresa, contratual) ou uma internalização (hierarquia) para uma determinada transação. Uma análise (supostamente racional) de benefícios versus custos determinaria o grau "certo" de integração da empresa em suas atividades internacionais.

Por fim, apresenta-se a Teoria do Paradigma Eclético que é oriunda dos trabalhos de Dunning (1977, 1980, 1988). Ela estuda o comportamento das Multinacionais (MNCs, sigla em inglês), considerando que possuem "vantagens competitivas" ou de "propriedade", vis-à-vis seus principais rivais, que elas utilizam para estabelecer produção em locais que são atrativos devido a suas vantagens de "localização" (CARNEIRO; DIB, 2007, p.5). Neste modelo, a empresa passa a operar no exterior e explora suas vantagens competitivas junto a novos concorrentes; além disso, explora vantagens da localização e por último a internalização, com a redução dos custos operacionais e redução da incerteza.

3.3 TEORIAS COMPORTAMENTAIS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

As teorias econômicas do Comércio Internacional colocam o Estado no centro da análise e a competitividade desses no ambiente internacional, já os modelos de Internacionalização buscam explicar o comportamento das empresas e sua inserção no ambiente internacional. Sobre a Internacionalização, Costa (2017, p. 961) define o seguinte:

> A internacionalização é um desses fenômenos emergentes, que assume nas últimas décadas um caráter basilar nas estratégias organizacionais. Dito de outro modo, a internacionalização não é mais vista como um processo secundário vislumbrado em um futuro estratégico das empresas e sim como um pressuposto da natureza estratégica das empresas globais com atuação no mercado nacional e/ou internacional.

A teoria que começou a estruturar o pensamento quanto ao comportamento das empresas e sua internacionalização foi o Modelo de Uppsala. Essa teoria desenvolvida, a partir do estudo de multinacionais, foca no desenvolvimento de maior conhecimento das empresas sobre o mercado. Segundo Dib e Carneiro (2007, p. 6), "o foco é a empresa individual e sua gradual aquisição, integração e uso de conhecimento sobre mercados e operações estrangeiros"; assim a empresa aumentaria seu comprometimento com o processo de internacionalização.

O Modelo Networks ou Rede de Negócios, desenvolvida a partir do Modelo de Uppsala possui enfoque na máxima "que considera que os próprios mercados devem ser encarados como redes de empresas" (CARNEIRO; DIB, 2007, p. 6). A empresa a partir de sua operação internacional desenvolve capacidade de atuar em redes no exterior.

O terceiro modelo é o do Empreendedorismo Internacional de McDougall (1989), que "visa explicar a expansão internacional de novas empresas ou *start-ups* através da análise de como os empreendedores reconhecem e exploram oportunidades" (DIB; CARNEIRO, 2007, p. 6).

A partir da globalização foram identificadas pequenas e médias empresas que possuíam grande sucesso no mercado internacional, saltando etapas do processo de internacionalização. Essas empresas foram classificadas como "*Born Globals*", ou seja, nasceram globais, são suas principais características (CARNEIRO; DIB, 2007, p. 18):

> As *born globals* são fruto de um cenário competitivo caracterizado por um mundo globalizado e mais dinâmico. Tipicamente, são empresas jovens e de porte pequeno ou médio, concentradas, não exclusivamente, em setores de alta tecnologia. Possuem grande proporção de vendas oriundas de mercados externos e começaram a atuar em tais mercados nos primeiros dois ou três anos de operação, não seguindo o padrão de "estágios" para sua internacionalização. Focam nichos de mercado e empreendedores com experiência internacional prévia e relacionamentos pessoais e profissionais

> abrangentes possuem papel importante no seu surgimento e desenvolvimento. As *born globals* também dependem de suas networks, estabelecendo cedo acordos de cooperação para terem acesso a financiamento, recursos, mercados e credibilidade; para terem oportunidades de aprendizado e superarem fraquezas inerentes ao seu noviciado e porte.

Feitas essas considerações teóricas que se aplicam à estrutura das empresas da BID e que regem o seu *modus operandi*, vamos tratar da parceria Apex-Brasil e ABIMDE.

3.4 PARCERIA APEX-BRASIL E ABIMDE

A Apex-Brasil é a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, entidade conhecida como *Trade Promotion Office* (*TPO*, sigla em inglês), que são organizações públicas ou privadas responsáveis por ações de promoção comercial dos países e da internacionalização de setores econômicos (suas empresas, produtos e serviços), realizando ações tais como:

> Ações diversificadas de promoção comercial que visam promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira entre outras plataformas de negócios que também têm por objetivo fortalecer a marca Brasil (AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS, 2020).

Nas ações em parcerias com setores (entidades representativas setoriais) são construídas estratégias e planos estratégicos, estabelecendo um convênio de atuação, com a divisão de custos entre as partes, que busca ações em parceria no Brasil e no exterior de promoção comercial para incentivar ou aumentar a internacionalização das empresas participantes do projeto. No caso do projeto *Brazil Defense* 2016-2018, foram contempladas 107 empresas do setor de Defesa, todas afiliadas à ABIMDE.

A Proposta de Projetos Setorial apresentada pela ABIMDE, destaca em seu histórico (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE MATERIAIS DE DEFESA E SEGURANÇA, 2015, p.1), seu comprometimento com a defesa, a segurança e a soberania nacional, conforme o seguinte:

> Fundada em 1985, a Associação Brasileira das Indústrias de Materiais de Defesa e Segurança – ABIMDE tem como propósito congregar as indústrias de defesa e segurança do País. [...] As Empresas Associadas sentem-se

> totalmente comprometidas com a soberania nacional e estão aptas a dotar as Forças Armadas e Órgãos de Segurança com produtos e serviços que proporcionam o desenvolvimento e a tranquilidade do Brasil.

Em sua estratégia de mercado, a ABIMDE apontava, no Projeto *Brazil Defense*, os seguintes mercados prioritários e suas justificativas:

1) Oriente Médio: Emirados Árabes Unidos, Catar e Arábia Saudita – grande número de conflitos armados e altos investimentos em defesa e segurança;

2) América do Sul: Chile, Colômbia e Peru – consolidação da indústria brasileira como principal fornecedora de materiais de defesa e segurança para os países vizinhos;

3) Sudeste da Ásia: Malásia e Indonésia – países consumidores de produtos brasileiros a décadas e que confiam na qualidade do material produzido no país;

4) América do Norte: EUA – mercado comprador especialmente de armamento de pequeno porte e respectiva munição;

5) África: Angola, África do Sul – mercado em expansão, principalmente na África ocidental banhada pelo Oceano Atlântico e que vê no Brasil um parceiro confiável.

Os eventos de promoção comercial propostos e suas iniciativas foram os seguintes:

1) Feiras internacionais – o setor é bastante tradicional e valoriza as feiras internacionais, nas quais os países se fazem presentes como forma de consolidar sua imagem e captar novos parceiros comerciais.

Tabela 1 – Lista de Feiras previstas no Projeto *Brazil Defense*

Ano	Feiras previstas	Período	Local
2016	FIDAE	Março	Santiago/ Chile
2016	DSA	Abril	Kuala Lumpur/ Malásia
2016	LAAD SECURITY	Abril	Rio de Janeiro/Brasil
2016	EUROSATORY	Junho	Paris/ França
2016	4ª MOSTRA BID BRASIL	Setembro	Brasília/ Brasil
2016	EURONAVAL	Outubro	Paris/ França
2017	IDEX	Fevereiro	Abu Dhabi/ EAU
2017	LAAD DEFENSE	Abril	Rio de Janeiro/ Brasil
2017	DSEI	Setembro	Londres/ Inglaterra

Fonte: Projeto *Brazil Defense* (2016-2018).

2) Projeto Vendedor – ida de grupos de empresas para países-alvo, com a agenda previamente organizada e com a inteligência comercial realizada, de forma a diminuir custos e aumentar a assertividade das ações.

3) Projeto Comprador – vinda de possíveis compradores dos produtos brasileiros, mostrando a capacidade da Base Industrial de Defesa.

O convênio, que se estendeu de 18 de setembro de 2015 a 05 de abril de 2017 (dois anos), se propunha a alcançar os seguintes resultados:

1) Consolidação nos mercados com os quais o Brasil já comercializa;
2) Abertura de novos mercados;
3) Desconcentração das empresas, dos produtos e dos destinos;
4) Aumento da tecnologia nacional a fim de diminuir a dependência externa.

Destaca-se que esse Convênio foi aditivado e a duração do projeto perdurou até a data de 11 de agosto de 2018.

Assim, vistas as Teorias Econômicas e Comportamentais de Internacionalização de Empresas, que deram o embasamento para a melhor compreensão do tema de competitividade no mercado internacional; bem como, conhecidos os aspectos da parceria institucional da Apex-Brasil com a ABIMDE, é relevante – a partir de agora – verificar os principais efeitos do processo de internacionalização das empresas da BID, resultantes dessa parceria – no Projeto *Defense Brazil* – e conferir sua efetividade. Isso será o objeto de análise da próxima seção deste artigo.

4 **PRINCIPAIS EFEITOS DO PROJETO BRAZIL DEFENSE**

Para se entender os efeitos da participação das empresas no projeto *Brazil Defense* é fundamental compreender a natureza jurídica da Apex-Brasil e o escopo de atuação dessa Agência. Instituições como ela são Agências de Promoção Comercial e de Atração de Investimentos; sua existência e atuação são tendências irreversíveis no mundo competitivo atual. Nesse sentido, os países buscam organizar as estratégias de internacionalização de suas economias e de inserção de suas empresas e setores no mercado internacional, conforme será visto a seguir, nos dados colhidos para esta pesquisa.

Segundo levantamento feito pela própria Apex-Brasil, em 2017, foram sumarizadas as quantidades de Agências congêneres, por função (promoção comercial e de investimentos) e atuação (nacional ou regional), com dados levantados junto à *World Association of Investment Promotion Agencies* (*WAIPA*)[4], entidade que congrega as principais agências de atração de

[4] Sítio da WAIPA: https://waipa.org/why-waipa/

investimento estrangeiro[5], e ao *International Trade Centre* (*ITC*)[6], que é uma organização ligada à Organização das Nações Unidas (ONU) e à Organização Mundial do Comércio (OMC), que busca desenvolver as Organizações de Promoção Comercial[7] ao redor do globo para o desenvolvimento do comércio internacional. Foram mapeadas o total de 252 (duzentos e cinquenta e duas) agências congêneres, onde em alguns países elas ainda acumulam a função de promoção do turismo nacional no exterior.

A concentração de pautas de promoção do país no exterior favorece a difusão de uma imagem única junto aos diversos públicos-alvo no exterior, uma construção de narrativa compartilhada do país (imagem) e uma economia de esforços. Ressalta-se que quanto à natureza jurídica, algumas organizações são públicas ou privadas, ou ainda, mistas como a Apex-Brasil, que é integrante do "Sistema S"[8] brasileiro, tendo recursos de contribuição calculada a partir das folhas de pagamentos, além de prestar contas ao Estado.

Construir um processo de medição do desempenho de empresas no exterior é tarefa desafiadora. Como as Agências ainda são poucas e limitadas às atuações nacional e regional de seus respectivos países, a produção de conteúdo teórico quanto às métricas de sucesso, bem como os resultados que se esperam para a promoção comercial ainda são incipientes e restritos à alguns nichos acadêmicos. Em levantamento recente, feito a partir dos dados do INEP[9] e trabalhados pela Coordenação de Planejamento e Projetos da Apex-Brasil, atualmente o Brasil conta com 299 entidades de Ensino Superior, nas modalidades presenciais e à distância, que tratam do tema de Comércio Exterior (154 cursos), Relações Internacionais (139 cursos) ou Gestão de Negócios Internacionais (6 cursos), o que representa 0,77% dos cursos oferecidos no país, com uma taxa média de ocupação das vagas de 32,6%; e das vagas ofertadas somente 1/3 são ocupadas no ensino presencial e 9,2% no ensino à distância, nos mesmos cursos (INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISA EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA, 2019).

Algumas perspectivas na área internacional são relevantes para o presente trabalho. Nesse sentido, é interessante verificar os estudos internacionais realizados pelo Banco Nacional da Bélgica (SCHMINKE; BIESEBROECK, 2016, p. 26, tradução nossa), nele foi realizado extenso levantamento sobre o impacto de promoção de exportação no acesso a mercados, onde

[5] Em inglês, *Investment Promotion Agency* (IPA)
[6] Sítio do ITC: http://www.intracen.org/itc/about/how-itc-works/
[7] Em inglês, *Trade Promotion Organizations* (TPO).
[8] Organização paraestatal de direito privado, mas com financiamento público, que cumpre a função de execução de políticas públicas.
[9] Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira - INEP

os autores concluem que os benefícios de programas de exportação são:

> A literatura anterior forneceu evidências de dois benefícios dos programas de promoção à exportação: (1) ajudam os exportadores existentes a aumentar seus volumes de exportação, principalmente através da penetração em novos mercados, e (2) ajudam os exportadores existentes a sobreviver no mercado de exportação, em particular quando uma exportação destino sofre uma recessão ou crise financeira. Adicionamos agora um terceiro benefício a esta lista: (3) eles podem ajudar não exportadores a entrar no mercado de exportação pela primeira vez.

Outras medidas de sucesso podem ser verificadas no Planejamento Estratégico 2019-2020 do ICEX (2018, p.15), congênere espanhola da Apex-Brasil, que possui os seguintes objetivos estratégicos de interesse para esse estudo: 1) Aumentar o número de empresas que exportam regularmente e o valor de suas receitas do exterior; e 2) Diversificar mercados, aproveitando as oportunidades dos mercados eletrônicos. Confirmando que as melhores medidas de avaliação dos projetos são dadas pela verificação positiva da performance das empresas com o apoio da organização de promoção comercial.

Outro modelo de avaliação é o aplicado pela *United States Trade and Development Agency* (UNITED STATES TRADE DEVELOPMENT AGENCY, [2019], p. 18, tradução nossa), que baseia seu modelo de resultados na medição de retorno de investimentos, calculando-o da seguinte forma:

> A base para o sucesso da Agência envolve um processo de monitoramento e avaliação cuidadosamente calculado que coleta e analisa informações essenciais sobre o status e o desempenho de todas as atividades. Juntas, as duas prioridades de insight e avaliação capturam os dados mais claros e promovem o aprendizado contínuo que garante responsabilidade compartilhada e maior impacto no investimento. O foco central deste trabalho é conduzido pelo Escritório de Monitoramento e Avaliação do Programa da USTDA, que coleta dados diretamente das partes interessadas no programa, avalia o impacto e fornece análises sobre todos os projetos financiados pela USTDA para ajudar a informar as decisões de investimento mais importantes da Agência. US $ 1 investido, US $ 111 Retorno sobre o investimento são exportações dos EUA.

Portanto, tendo como base as informações colhidas na Apex-Brasil e com os estudos da Bélgica, Espanha e Estados Unidos da América, este autor pretende sugerir métricas de sucesso para a aferição da efetividade do Projeto *Brazil Defense* 2016-2018, são elas as seguintes: Aumento do Volume de Exportação; Abertura de Novos Mercados; e Novos Exportadores. Será sugerida também a metodologia de análise de resultados.

4.1 METODOLOGIA DE ANÁLISE E RESULTADOS DO PROJETO

Para aferir a efetividade do Projeto, foram levantados dados de comércio exterior das 107 empresas que participaram do Projeto *Brazil Defense* no período de abrangência do convênio (2016 a 2018).

Na pesquisa, considerou-se aspectos teórico-conceituais da revisão bibliográfica relativa ao tema Internacionalização de Empresas, já comentados até agora. Em seguida, foram estabelecidos "parâmetros" que abrangeram aspectos como: data de entrada e saída do Projeto; tempo médio de permanência no Projeto; quantidade de países e produtos apoiados; valores exportados; crescimento das exportações; novos exportadores; taxa de retorno de investimentos e etc. Ato contínuo, apropriou-se os resultados obtidos (dentro desses parâmetros) por cada empresa participante do Projeto. Por fim, construiu-se uma "Tabela de Resultados", que foi tomada como base para a análise da efetividade do Projeto.

Ressalta-se que não é intenção deste autor identificar – por nome – cada uma das 107 empresas participantes do Projeto. Além de a lista ser por demais extensa, há um rígido acordo de confidencialidade entre essas empresas e a Apex-Brasil. Ademais, dentre elas constam empresas de altíssimo valor estratégico para o Brasil, e a sua identificação neste trabalho iria gerar informações privilegiadas que poderia favorecer suas concorrentes no comércio internacional. Apenas como exemplo, constam dessa tabela empresas como: EMBRAER, ATECH, ENGEPROM, TAURUS ARMAS, CONDOR, HELIBRÁS, AVIBRÁS, AEL SISTEMAS, IMBEL, MECTRON, entre outras.

Abaixo, segue o que representa cada parâmetro e os principais resultados auferidos na análise dos dados compilados na Tabela de Resultados:

1. **Tempo Médio de Participação no Projeto**: calculado pela média das permanências individuais das empresas participantes. O tempo médio de participação das empresas no Projeto foi de **2,1 anos**. O resultado está dentro do esperado, dado que essa era a expectativa para a duração do projeto inicialmente, tendo o mesmo sido objeto de Aditivo de Convênio para extensão de sua duração, como afirmado anteriormente;

2. **Crescimento Médio de Número de Países**: calculado pelo aumento em média de número de países alcançados pelos produtos das empresas participantes do Projeto. A quantidade de mercados acessados durante o Projeto alcançou a média de 8 mercados por empresa, que em comparação com o período anterior foi de 6,7 mercados. Assim a Taxa de Crescimento Médio de Países Alcançados foi de **18,5%** no período analisado;

3. **Média de Número de Novos Mercados Alcançados**: calculado pelo alcance em média de novos países ou mercados acessados pelas empresas participantes do Projeto. O número de novos mercados acessados em média pelas empresas foi de **4,6 novos mercados** no período do Projeto;

4. **Taxa de Crescimento Médio do Valor de Exportações**: calculado a partir do somatório do valor das exportações obtidas pelos produtos apoiados das empresas participantes no período do Projeto e dividido pelo mesmo valor obtido antes do Projeto. O crescimento das exportações foi de **23,8%**;

5. **Novas Exportadoras**: o Projeto conseguiu inserir **6 novas empresas** (5,6% do total de participantes) no mercado internacional, auferindo o valor total de exportações durante o Projeto de aproximadamente **US$ 1,2 milhão**; e

6. **Retorno de Investimento**: Considerando o valor repassado pela Apex-Brasil no período que foi de R$ 10,1 Milhões, que convertido em Dólar Americano, apresenta-se o investimento de US$ 2,6 milhões[10], o crescimento das exportações das empresas atendidas no período foi de US$ 20,3 Milhões, ou seja, para cada **US$ 1 da Apex-Brasil gerou US$ 7,78 de retorno** para as empresas participantes.

Portanto, considerando a bibliografia disponível sobre o assunto, os parâmetros estabelecidos, a análise dos dados levantados e os resultados obtidos, pode-se afirmar que o Projeto foi bem-sucedido. De fato, constata-se que as empresas aumentaram seu volume de exportações, acessaram novos mercados, aumentaram o valor das exportações e conseguiu-se novas empresas exportadoras e novas divisas para o país (valor das exportações e impacto positivo na balança comercial). Outro ponto a destacar, foi a taxa de retorno de investimentos do projeto, comprovando que o custo x benefício relativo ao montante investido é vantajoso para as empresas participantes e para a própria Apex-Brasil.

Deve-se considerar, também, que esses resultados são de uma única iniciativa da Apex-Brasil, a qual trabalha com outros tantos setores da economia. No entanto, precisa-se analisar o resultado sistêmico e seu impacto no contexto político e estratégico do país. Por óbvio, devem ser criadas referências para que se possa extrapolar esses resultados e ajustar esses parâmetros às grandes políticas de Estado e às estratégias construídas e alinhadas com o setor privado. A internacionalização da economia e o fortalecimento das empresas são resultado de concertação de vários atores, não apenas das Instituições de Estado.

Nesse sentido, no próximo capítulo, serão estabelecidas as conexões entre a construção

[10] Conversão utilizando a calculadora online do Banco Central, com cotação do dólar de 31 de dezembro de 2018 (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2020).

de políticas públicas, estratégias nacionais e seus resultados, voltadas para a internacionalização de empresas da BID, destacando sua importância para o desenvolvimento econômico do País e o fortalecimento da defesa e da segurança nacional.

5 **A INTERNACIONALIZAÇÃO E A DEFESA E SEGURANÇA DO ESTADO**

Para se avaliar a inserção internacional do Brasil no comércio internacional e, em particular, a de seu setor de defesa, é fundamental compreender a dinâmica de troca entre países e sua competitividade global. Além disso, há que se entender a dinâmica comercial do próprio setor de Defesa. Bem como, é importante destacar a relevância e a necessidade de o país implementar políticas consistentes, claras e objetivas que deem suporte para o desenvolvimento da Base Industrial de Defesa.

5.1 COMPETITIVIDADE DA ECONOMIA NACIONAL

No campo internacional, existem várias Instituições[11] que analisam os diversos fatores econômicos que impactam na competitividade dos países frente aos fluxos de comércio internacional, apresentando em seus estudos os fatores mais importantes e diferenciais para o desenvolvimento das economias nacionais e a melhoria do bem-estar de suas populações.

Em particular, temos a publicação mais atual do relatório do Fórum Econômico Mundial ou *World Economic Forum* (WEF, sigla em inglês), intitulado "*The Global Competitiveness Report 2019*", que por meio de metodologia econômica reconhecida, busca analisar os fatores de competitividade e realizar um ranqueamento dos países mais competitivos. Nesse relatório, o Brasil está classificado na 71ª posição (dentre os 141 países analisados), ficando atrás de Chile (33º), México (48°), Uruguai (54º), Colômbia (57º), Costa Rica (62º), Peru (65º) e Panamá (66º), na América Latina. Em relação aos BRICS[12], o Brasil fica na última posição.

Os fatores econômicos que compõe o Índice de Competitividade Global estão distribuídos em 12 pilares, os quais afetam diretamente a formulação de políticas públicas e impactam o desenvolvimento do comércio internacional. Passaremos a listar, a seguir, os pilares que sustentam esse Índice de Competitividade Global, evidenciando os principais pontos negativos

[11] Outras Instituições de relevância são: Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD); Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE); Organização Mundial do Comércio (OMC); Fundo Monetário Internacional (FMI); entre outros.
[12] Acrônimo do Bloco de Países formado por economias emergentes: Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul.

e positivos que se aplicam ao Brasil.

Os principais pontos negativos analisados estavam nos seguintes pilares: “Institucional” (alta incidência de crime organizado, alta taxa de homicídios, falta de compromisso governamental voltado para a mudança e pouca visão de longo prazo para o país); “Infraestrutura” (baixa qualidade das estradas e pouca eficiência dos portos); “Macroeconomia” (dinâmica de crédito ruim); “Habilidades” (baixa formação da força de trabalho, pouca graduação, pouca habilidade digital e baixo pensamento crítico no ensino); “Mercado de Produtos” (alta incidência de taxas e subsídios na competição, excesso de barreiras não tarifárias e tarifárias); “Mercado de Trabalho” (custo de admissão e demissão, flexibilidade de salário, remuneração por produtividade); “Tamanho do Mercado Interno” (baixa participação no PIB das importações de produtos e serviços).

Os principais pontos positivos analisados estavam nos seguintes pilares: “Institucional” (transparência orçamentária, governança corporativa, regulamentação de energias renováveis, tratados ambientais); “Infraestrutura” (conectividade dos aeroportos e conectividade do transporte marítimo); “Tecnologia” (bom acesso à tecnologia e conectividade); “Macroeconomia” (controle inflacionário); “Habilidades” (futura força de trabalho com média expectativa de anos de estudo); “Mercado de Produtos” (boa competição em serviços e baixa complexidade de tarifas de exportação e importação); “Mercado de Trabalho” (boa confiança na gestão profissional e boa equiparação profissional entre homens e mulheres); “Sistema Financeiro” (boa disponibilidade de crédito e estabilidade bancária); “Tamanho do Mercado Interno” (Produto Interno Bruto); “Dinamismo de Negócios” (requisitos administrativos e cultura empreendedora); e “Capacidade de Inovação” (percentual do PIB investido em pesquisa e desenvolvimento e qualidade das instituições de ensino).

Tendo como base os aspectos listados acima, pode-se concluir que o Brasil possui pontos com oportunidade de melhoria que afetam diversos setores econômicos e produtivos, que podem e devem ser contemplados por políticas públicas. Particularmente, observam-se oportunidades para o fomento do setor de Defesa e o incremento da Base Industrial de Defesa que poderiam ser mais bem exploradas e pesquisadas *a posteriori*.

Com foco no fator competitividade e em seus resultados, passa-se então à análise da dinâmica comercial internacional do setor de Defesa.

5.2 COMPETITIVIDADE DA BASE INDUSTRIAL DE DEFESA BRASILEIRA

O respeitado *Stockholm International Peace Research Institut* (SIPRI, sigla em inglês),

que é uma referência em informações, com registros que abrangem o período de 1950 a 2019, é um dos maiores institutos de pesquisa mundial na área de Defesa, possuindo diversas publicações sobre a avaliação de mercados e a transferência de armas. Entre suas diversas publicações, destaca-se a análise setorial de transferência de armas, publicada em março de 2020, que apresenta o detalhamento da dinâmica do mercado de defesa, com os principais exportadores e importadores mundiais.

As principais conclusões apresentadas nesse documento (SIPRI, 2020, p. 1), entre outras, são as seguintes: o mercado de transferência de armas cresceu 5,5% no período de 2015 a 2019, em comparação com o período de 2010-2014, que cresceu 20% em relação ao período de 2005-2009; os cinco maiores exportadores no período de 2015-2019 foram Estados Unidos, Rússia, França, Alemanha e China, os quais juntos concentraram 76% das exportações de armas no período; os Estados Unidos e seu complexo industrial militar concentraram 36% do total global no período de 2015-2019 e cresceram 23% de participação, considerando o período de 2010-2014; a Rússia reduziu sua participação no mercado em 18% nos mesmos períodos.

Os principais importadores no período de 2015-2019 são Arábia Saudita, Índia, Egito, Austrália e China, onde juntos receberam 36% de todas as importações. Os continentes que mais receberam armamentos foram a Ásia e Oceania, os quais concentraram 36% de todas as importações de armas. Em segundo lugar ficou o Oriente Médio com 35% do total de importações, seguido da Europa que recebeu 11% delas. O continente africano ficou com 7,2% das importações e o continente americano recebeu 5,7%.

O Brasil está apenas na 24ª posição, entre os 25 maiores exportadores de armas. A nossa participação no comércio mundial de armamentos permaneceu a mesma nos períodos de 2010-2014 e 2015-2019, com 0,2% do total, com crescimento de 6,8% nos períodos analisados. Os principais clientes brasileiros são Afeganistão, Indonésia e Líbano. A pesquisa aponta a entrada da Índia no cenário internacional, ultrapassando a posição do Brasil e ficando em 23º lugar no período de 2015-2019, sendo que ela não figurou no período anterior.

Quanto às importações, o Brasil está na 34ª posição, com 0,6% de importações do mercado mundial de armamentos no período de 2015-2019, reduzindo sua participação que, no período de 2010-2014, era de 1,0%. Os principais fornecedores brasileiros são França, Estados Unidos e Reino Unido. A pesquisa aponta que apesar da redução da participação brasileira nas importações, nossa participação representa 31% das compras regionais. Além disso, ao final de 2019, o país possuía pedidos na área de caças da Suécia e de submarinos da França.

Observa-se que o país é competitivo no Setor de Defesa, ocupando atualmente o 24º lugar no ranking de exportadores. No entanto, essa posição de destaque no mercado de armas

mundial, nos últimos 10 anos, não assegura uma sustentabilidade e um bom posicionamento da BID nacional. O crescimento das compras no mercado que engloba o Oceano Pacífico (Ásia e Oceania), acompanha o deslocamento das correntes de comércio para essa região, onde as duas maiores economias mundiais competem (Estados Unidos e China). A presença brasileira na Indonésia pode ser uma plataforma de vendas para outros países da região.

5.3 PROMOÇÃO COMERCIAL DA BASE INDUSTRIAL DE DEFESA

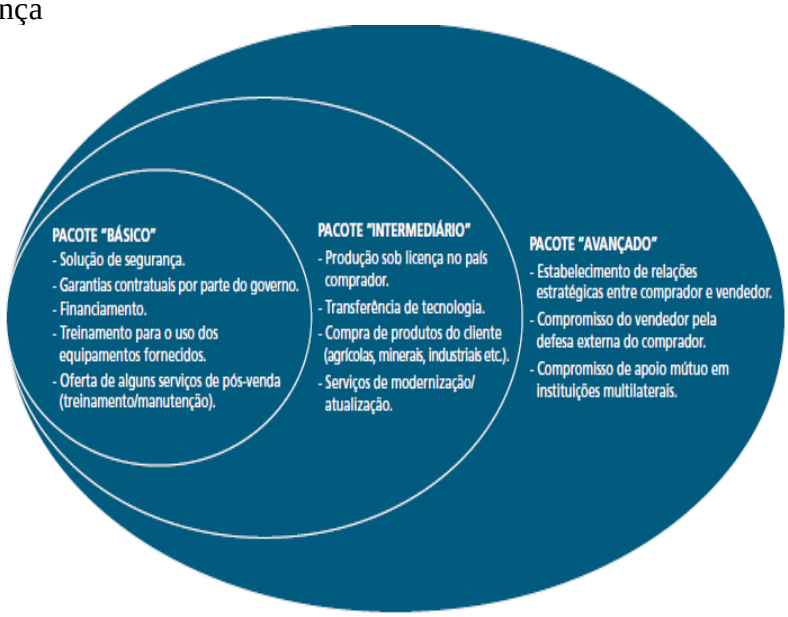
A promoção comercial é fundamental para a melhoria da performance das exportações das empresas, cada setor possui uma competitividade internacional, uma dinâmica própria de negócios e outra de mercado. No caso do Setor de Defesa, a atuação dos governos é fundamental para que as empresas obtenham sucesso e projeção internacional, dadas as aprovações necessárias para a exportação de tecnologia, bem como as necessidades de crédito e garantias para que as operações se concretizem. A composição dos tributos é fator crítico de sucesso para o fortalecimento da BID e o consequente atingimento dos objetivos da Estratégia Nacional de Defesa.

Em pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Silva Filho (2017, p. 103), com uma amostra de 896 empresas do segmento de defesa e segurança, demonstra que as exportações brasileiras se concentraram na gigante EMBRAER, com a venda de EMB-314 Super Tucanos. Ou seja, a maioria das demais empresas são de micro e pequeno porte. Outros dados apontam que, das empresas respondentes, 75% possuíam capital nacional e que 70% dos respondentes financiavam suas operações com capital próprio ou da empresa controladora. Quanto à mão de obra, 70% dos respondentes afirmaram ser difícil ou muito difícil a obtenção de recursos humanos qualificados.

Quanto a dinâmica de produtos e serviços do setor de Defesa, temos a situação apresentada por Moraes (2011 apud SILVA FILHO, 2017, p.107):

> Atualmente, as vendas de armamentos no mundo são cada vez mais realizadas por meio de soluções integradas (pacotes) de segurança que incluem serviços diversos e compensações comerciais e/ou tecnológicas (offset), ao invés da mera transferência de equipamentos. Conjuntamente aos produtos finais, os países exportadores oferecem também uma série de serviços pré e pós-venda, que podem incluir garantias e financiamento ao comprador, treinamento, modernização, compromisso de aquisição de produtos locais e cooperação técnica, além de diversas modalidades de *offset* com transferência de tecnologia e capacitação de empresas locais como fornecedores futuros. No caso dos "pacotes" mais elaborados de vendas há previsão, inclusive, de apoio político em instâncias internacionais, ou mesmo compromissos de apoio militar e defesa mútua.

Figura 1 – Estratégias de pacotes de bens e serviços no mercado internacional de produtos de defesa e segurança



Elaborado: Moraes (2011) apud Silva Filho (2017, p. 107).

Observa-se que - de forma geral - a competitividade brasileira no mercado internacional é ainda mediana se comparada a outros países, tendo em vista o ranking apresentado pelo Fórum Econômico Mundial. No setor de defesa, quando estudados os resultados apresentados pelo SIPRI, vimos que o país também não ocupa posição de competitividade avançada, com uma participação baixa, mas estável nos últimos 10 anos. Analisando a dinâmica comercial das empresas brasileiras e estudando as análises conduzidas pelo IPEA, percebe-se a concentração das exportações em uma única empresa (EMBRAER), e o perfil de micro e pequeno porte predominante nas demais, com um modelo de negócio bastante específico e, em regra, dependente do Estado.

6 **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho teve o propósito de oferecer uma visão do mercado de produtos de defesa, das empresas participantes da BID e sua promoção comercial no exterior. Nele ficou evidente a importância do desenvolvimento da BID para a projeção do poder nacional. A revisão teórica do comércio internacional e da internacionalização das empresas, bem como o estudo quantitativo de sucesso do *Brazil Defense* procurou proporcionar uma perspectiva de como se dá a dinâmica do setor. Com o entendimento da atuação da Apex-Brasil e suas métricas de resultado, pôde-se avaliar e medir o processo de internacionalização das empresas brasileiras da BID no exterior. O estudo da competitividade do Brasil e de seu setor de armas, também foi

esclarecedor para entender a dinâmica do mercado e a necessidade de políticas públicas para o setor.

Pode-se observar no Capítulo 2, que o trinômio segurança – defesa – desenvolvimento é uma expressão substantiva do pensamento brasileiro, sendo destacado como ponto focal na Política Nacional de Defesa e na Estratégia Nacional de Defesa. Nelas, ficou patente que o fortalecimento da BID contribui com a projeção do Brasil no cenário internacional e que a exportação de material de defesa faz parte das ações estratégicas para este fim.

No Capítulo 3, as Teorias Econômicas e Comportamentais ressaltaram a importância da exploração das vantagens competitivas e da inserção no mercado internacional, como estratégias das empresas do ramo de defesa. Com esse foco, elas procuram conhecer melhor os mercados e desenvolver a cultura de internacionalização, com a busca incessante de oportunidades comerciais. Tais ações resultam em ganho de competitividade e crescimento das operações, levando à perpetuação da organização. Com esse objetivo, a Apex-Brasil uniu-se à ABIMDE para desenvolver juntas ações para aproximar as empresas da BID dos mercados mais estratégicos para os seus produtos.

No Capítulo 4, buscou-se contextualizar a atuação de agências como a Apex-Brasil e de suas métricas de sucesso, contextualizando os resultados das empresas e demonstrando o sucesso do Projeto *Brazil Defense*, que proporcionou a seus participantes a abertura de novos mercados (novos países), aumento do volume de exportação, exportação de empresas que não haviam exportado, bem como o retorno do investimento da Apex-Brasil e da ABIMDE, tendo em vista as divisas que ingressaram no País.

No Capítulo 5, foram demonstrados os conceitos de competitividade da Economia Brasileira e da competitividade do Setor de Defesa, explorado em estudos de entidades renomadas no cenário internacional. Em que pese o sucesso do Projeto *Brazil Defense*, pode-se concluir que o modelo de promoção comercial e a internacionalização do setor ainda são incipientes, necessitando de políticas públicas e ações de promoção comercial direcionadas à dinâmica desse estratégico setor.

Sobre essa necessidade, os estudos de Silva Filho (2017, p. 108-109) indicam que:

> As exportações representam uma parcela relativamente pequena do faturamento total das empresas da base industrial de defesa e segurança do Brasil, embora sejam fundamentais para a continuidade do segmento de defesa [...]. Os maiores concorrentes no mercado global de produtos militares são capazes de oferecer pacotes completos de defesa e segurança. [...] O Brasil não tem essa capacidade, mas pode evoluir de pacotes básicos para intermediários, aperfeiçoando sua base exportadora para aumentar o valor e a

> duração de seus contratos externos, sobretudo por meio de serviços especializados e parcerias com empresas nacionais e estrangeiras.
> Contudo, um aumento significativo das exportações de defesa do Brasil exigirá não apenas aperfeiçoamentos econômicos e regulatórios, mas também uma mudança mais profunda da própria estratégia de inserção internacional do país, enfatizando a abertura econômica e as parcerias estratégicas para desenvolvimento tecnológico e prospecção conjunta de mercados externos. Para tanto, o país deverá fazer escolhas claras de política externa, assumindo os riscos e as oportunidades delas decorrentes.

Por fim, este estudo deixou evidente a falta de uma Política Nacional claramente definida para o setor, embora esse tema seja comum a muitas pastas governamentais (Política Externa, Desenvolvimento Industrial, Defesa, Financiamento, Inovação e Empreendedorismo). Ademais, ainda que tenhamos o assunto tratado diretamente nas PND e END, na prática, os esforços, apesar de muitos, são dispersos, sendo importante uma concertação política de diversos atores estatais e privados para que a Base Industrial de Defesa Nacional consiga a tão sonhada sustentabilidade interna e a merecida projeção internacional. Nessa área temática, a conjugação de desenvolvimento, defesa e segurança precisa ser exercitada na sua maior amplitude para que se alcance as metas colocadas naqueles documentos de Estado.

Destaco, finalmente, que a relevância desta pesquisa se justifica porque - no contexto de Defesa, Segurança e Desenvolvimento – é essencial entender como a internacionalização da Base Industrial de Defesa (setor estratégico para o desenvolvimento industrial do País), irá permitir a exploração comercial de inovação e novas tecnologias, inclusive as de uso dual, contribuindo para o fortalecimento da cultura de defesa e segurança do Estado; e, nesse sentido, modificando a perspectiva pessimista de dependência de fornecedores estrangeiros por parte das Forças Armadas, conforme previsto nos Cenários de Defesa 2020-2039.

REFERÊNCIAS

ABREU, G. S. **Amazônia**: o enigma da segurança. Curitiba: Editora Prismas, 2018.

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS a. As Cadeias Globais de Valores e os desafios para os países que desejam fazer parte de um modelo de fragmentação da produção. **Apex-Brasil**, Brasília, 2019. Disponível em: https://portal.apexbrasil.com.br/as-cadeias-globais-de-valores-e-os-desafios-para-os-paises-que-desejam-fazer-parte-de-um-modelo-de-fragmentacao-da-producao. Acesso em: 17 jun. 2020

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS b. **Plano Estratégico 2020-2023**. Brasília: Apex-Brasil, 2019.

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS c. **Projeto Defense Brazil 2016-2018**. Brasília: Apex-Brasil, 2018.

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS d. Quem somos. **Apex-Brasil**, Brasília, 2020. Disponível em: https://portal.apexbrasil.com.br/quem-somos. Acesso em: 17 jun. 2020.

AMBROS, C.C. Indústria de defesa e desenvolvimento: controvérsias teóricas e implicações em política industrial. **Austral: Revista Brasileira de Estratégia e Relações Internacionais**, Rio Grande do Sul, v. 6, n. 11, p.136-158, jan./jun. 2017.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE MATERIAIS DE DEFESA E SEGURANÇA a. **Proposta de Projeto Setorial**. Rio de Janeiro: ABIMDE, 2015.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE MATERIAIS DE DEFESA E SEGURANÇA b. ANUÁRIO DA BASE INDUSTRIAL DE DEFESA, 2018, Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, ABIMDE, 2018.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Currency Conversion. **Banco Central do Brasil**, Brasília, 2020. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/en/currencyconversion. Acesso em: 30 jun. 2020.

BRASIL a. **Lei Complementar nº 97 de 9 de junho de 1999**. Dispõe sobre as normas gerais para a organização, o preparo e o emprego das Forças Armadas. Brasília: Planalto, 9 jun. 1999.

BRASIL b. Ministério da Defesa. Assessoria Especial de Planejamento. **Cenários de Defesa 2020 – 2039**: Sumário Executivo. Brasília: MD, 2017.

BRASIL c. Ministério da Defesa. **Glossário das Forças Armadas**: MD35-G-01. Brasília, DF: MD, 2007.

BRASIL d. Ministério da Defesa. **Livro Branco de Defesa Nacional**. Brasília, DF: MD, 2012.

BRASIL e. Ministério da Defesa. **Política Nacional de Defesa e Estratégia Nacional de Defesa**. Brasília: MD, 2016. Disponível em: https://bit.ly/33icVoV. Acessado em: 20 abr. 2020.

BRASIL f. Ministério da Defesa. Portaria Normativa nº 899/MD, de 19 de julho de 2005.

Aprova a Política Nacional da Indústria de Defesa – PNID. Brasília: MD, 2005.2018

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

CASSANO, F.A. A teoria econômica e o comércio internacional. **Rev. Pesquisa & Debate**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 112-128, 2002.

COSTA, L. F. L. G. et al. Escolas teóricas do processo de internacionalização: uma visão epistemológica. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 4, art. 12, out./dez., 2017.

COUTINHO, E.S. et al. De Smith a Porter: um ensaio sobre as teorias de comércio exterior. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v. 12, n. 4, p. 101-113, out./dez., 2005.

ESCOLA SUPERIOR DE GUERRA a. **Fundamentos do Poder Nacional**. Rio de Janeiro: ESG, 2019.

ESCOLA SUPERIOR DE GUERRA b. **Manual de procedimentos do trabalho de conclusão de curso – TCC**. Brasília: ESG, 2020. Disponível em: https://bit.ly/30bMQGu. Acesso em: 20 abr. 2020.

ICEX ESPAÑA EXPORTASIÓN E INVERSIONES. **Plan Estratégico 2019-2020**. Espanha: ICEX, 2019. Disponível em: https://bit.ly/30avmKz . Acesso em: 30 jun. 2020.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISA EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA. **Sinopse Estatística de Educação Superior 2018**. Brasília: Inep, 2019. Disponível em: https://bit.ly/2BK1MCo. Acesso em: 30 jun. 2020.

MARTINS, J. M. Q; NUNES, R. C. Política Externa, Política de Defesa e Modelo de Desenvolvimento no Brasil: do Estado Desenvolvimentista ao Estado Logístico (1930-2017). **Austral: Revista Brasileira de Estratégia e Relações Internacionais**, Rio Grande do Sul, v. 6, n.12, p. 190-221, jul./dez. 2017. Disponível em: https://bit.ly/2XaXvzj. Acesso em: 15 abr. 2020.

MELO, R. **Indústria de defesa e desenvolvimento estratégico**: estudo comparado França-Brasil. Brasília: FUNAG, 2015.

MORAES, R. F. **O mercado internacional de equipamentos militares**: negócios e política externa. Brasília: Ipea, 2011. Texto para Discussão n. 1596. Disponível em: https://bit.ly/30d8jPw. Acesso em: 15 abr. 2020.

MOREIRA, U. Teorias do comércio internacional: um debate sobre a relação entre crescimento econômico e inserção externa. **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 32, n. 2, p. 213-228, abr./jun., 2012.

PORTER, M. E. **Competição**: Estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SARQUIS, S. **Comércio internacional e crescimento econômico no Brasil**. Brasília:

Fundação Alexandre de Gusmão, 2011.

SCHMINKE, A.; BIESEBROECK J. V. Working Paper Research: The impact of export promotion on export market entry. **NBB Working Paper**, Bruxelas, n. 316, p. 1-47, dez. 2016. Disponível em: https://bit.ly/3jhD7Wr. Acessado em 21 jun. 2020.

SILVA FILHO, E. B. Base industrial de defesa do brasil: notas para uma estratégia de promoção de exportações. **Boletim de Economia e Política Internacional**, [*s. L.*], n. 23, maio/ago., 2017. Disponível em: https://bit.ly/3ffEPVg. Acesso em: 12 abr. 2020.

SILVA FILHO, E. B. et al. **Base industrial de defesa brasileira**: características das firmas e percepção dos empresários do setor. Brasília: Ipea, jun. 2013. Nota Técnica n. 10. Disponível em: https://bit.ly/336fwTh. Acesso em: 12 abr. 2020.

UNITED STATES TRADE DEVELOPMENT AGENCY. **Performance and Accountability Report**: Fiscal Year 2019. Estados Unidos da América: USTDA, [2019]. Disponível em: https://bit.ly/3gcKLje. Acesso em: 30 jun. 2020