

**TEORIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO NA PRODUÇÃO ACADÊMICA BRASILEIRA:
UMA PERSPECTIVA DE PAÍS EMERGENTE**

MARIELE LAÍS CHRIST

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

ANE IZABELLE BEZERRA DE ARRUDA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

VIVIANE SANTOS SALAZAR

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

TEORIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO NA PRODUÇÃO ACADÊMICA BRASILEIRA: UMA PERSPECTIVA DE PAÍS EMERGENTE

1. INTRODUÇÃO

Recentemente, e especialmente após a crise financeira de 2008 que afetou particularmente os países desenvolvidos, a economia mundial vem modificando seu foco de atenção, dado o crescimento econômico recente dos ditos países emergentes, entre eles os países do BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul). Segundo Spohr e Silveira (2010), é possível perceber um aumento significativo dos investimentos diretos externos (IDE) das economias emergentes, superando em termos percentuais os das economias desenvolvidas nos últimos anos.

No que tange ao contexto brasileiro, a interconexão de mercados globais, o crescente aumento das exportações brasileiras e a recente crise econômica doméstica que o Brasil vem enfrentando, tem demonstrado a importância da internacionalização para as empresas brasileiras. Além disso, trata-se de um país que passou por uma internacionalização tardia das empresas, devido a proteção do mercado doméstico até a década de 1990, e também devido à dimensão geográfica do país com substancial consumo interno, da falta de incentivos do governo e da distância cultural com outros países vizinhos (FLEURY; FLEURY, 2011).

Entretanto, a base teórica dos estudos sobre internacionalização é desenvolvida majoritariamente em países desenvolvidos. Alguns autores, como Spohr e Silveira (2010), passam a questionar a adequação das teorias tradicionais à realidade enfrentada pelas empresas de países emergentes em seu processo de internacionalização, pois o contexto inerente destas empresas podem acarretar em características peculiares em sua estratégia de internacionalização. Moraes, Oliveira e Kovacs (2006, p. 238) incitam os pesquisadores brasileiros a analisar “a necessidade de “tropicalização” das teorias de internacionalização importadas e a criação orgânica de modelos que condizem com a nossa realidade ao invés de buscarmos a simples replicação e convergência”. Ainda, de acordo com Moraes, Strehlau e Turolla (2015), não é comum o estudo de teorias presentes na literatura quando se faz uma revisão bibliográfica de uma área da administração. Por estas razões e, tendo-se em vista que podem existir diferenças nos processos de internacionalização de empresas de países emergentes e de desenvolvidos (AMAL et al, 2013), bem como a reduzida análise na academia brasileira no que diz respeito a esta crítica, é que se justifica o presente estudo.

Alguns trabalhos neste sentido já foram realizados. Moraes, Oliveira e Kovacs (2006) analisaram criticamente sete teorias de internacionalização, propondo uma união entre alguns de seus conceitos-chave e considerando o contexto dos países em desenvolvimento. Os autores questionam a aplicação destes modelos, elaborados em países desenvolvidos, em países emergentes sem uma análise crítica, buscando-se a convergência sem a percepção dos diferentes contextos e *timing* de internacionalização.

Moraes, Strehlau, Turolla (2015), realizaram balanço da produção científica na área de internacionalização dos periódicos de administração classificados como Qualis A entre 2001 e 2014. Constataram que há diferenças na pesquisa sobre internacionalização brasileira em comparação à que se pratica em outros países em relação a temática, metodologia e teorias. Em termos de teoria, concluíram que o emprego de teorias no Brasil difere da academia internacional, uma vez que são mais usadas as teorias “comportamentais” (46%), enquanto que na academia internacional as “econômicas” predominam (46%).

Souza e Fenili (2012), por sua vez, realizaram revisão da produção acadêmica brasileira e também estrangeira sobre internacionalização, entre 2005 a 2011. Os estudos foram categorizadas em três perspectivas teóricas: econômica, comportamental e cultural. Os resultados também identificaram maior preponderância das teorias comportamentais (54,8%), seguida das econômicas (23,8%), comportamental e econômica (9,5%), cultural (7,1%) e cultural e comportamental (4,8%).

Comumente, a literatura de internacionalização de empresas categoriza as teorias da área em duas principais vertentes: Teorias Comportamentais e Teorias Econômicas. Segundo Borini *et al.* (2006), as teorias comportamentais incluem: Modelo de Uppsala, Networks e Empreendedorismo Internacional. As teorias econômicas, por sua vez, incluem: Internalização e Custos de Transação, Paradigma Eclético, Teoria do Poder de Mercado, Ciclo do Produto e Vantagem Competitiva (BORINI et al, 2006). A Visão Baseada em Recursos (RBV) também é considerada dentro da abordagem econômica da internacionalização, segundo Mariotto (2007), entre outros autores. Além das teorias tradicionais, objetiva-se também analisar a teoria das *born globals*. "A literatura da área de negócios internacionais ilustra a enorme dificuldade dos autores em explicar o fenômeno *Born Global* à luz das teorias tradicionais sobre internacionalização de empresas" (DIB, 2008, p. 01). Por esta razão, esta teoria não foi categorizada em uma das duas dimensões.

Assim, tendo-se em vista que grande parte das teorias de internacionalização foram desenvolvidas por teóricos de países desenvolvidos, o presente artigo possui como objetivo principal realizar uma análise crítica de dez principais teorias de internacionalização e também identificar quais destas teorias são as mais aplicadas em uma perspectiva de país emergente, neste caso, do Brasil. Sendo assim, o presente trabalho aborda a seguinte questão de pesquisa: a partir de uma perspectiva de um país emergente com respeito às principais teorias de internacionalização, quais teorias são mais utilizadas para elucidar processos de internacionalização na produção acadêmica brasileira na última década (2007 a 2017) registrada em periódicos da área de administração Qualis A?

Tendo-se em vista o objetivo delimitado, o artigo fez uso de uma revisão bibliográfica sistemática por meio de pesquisa nos principais periódicos de administração do país, classificados com a nota A pela Qualis Capes das áreas de Administração, Contabilidade e Turismo, seguindo a classificação do quadriênio 2013-2016. Segundo Teóphilo e Iudícibus (2005) um horizonte temporal de dez anos é período suficiente para se avaliarem tendências da produção científica a ser estudada. Por esta razão, a análise dos artigos se deu entre 2007 a 2017, completando uma década.

Os textos acadêmicos publicados foram acessados diretamente dos respectivos sites dos periódicos, encontrados através do mecanismo de busca de cada site, e que apresentassem as seguintes palavras-chave: *Internacionalização, internacional, multinacional*; e suas variantes em inglês: *Internationalization, international, e multinational*, no resumo de cada artigo publicado. Alguns textos foram recusados, por abordarem assuntos que, apesar de conter palavras-chave, fugiam ao escopo da pesquisa, como internacionalização do ensino superior, da produção científica, ou ainda questões contábeis envolvidas.

A identificação das teorias a serem averiguadas nos artigos que passaram pela revisão bibliográfica sistemática se deu via análise dos resumos dos artigos, bem como das referências, confrontando os achados com as referências dos principais autores de cada teoria. Foram considerados somente os artigos que incluíssem as dez teorias elencadas, não incluindo na análise

trabalhos que não apresentassem escopo teórico ou que estivessem embasados em teorias de internacionalização diferentes das dez teorias especificadas.

Dessa forma, o presente trabalho divide-se em duas partes, além da introdução e conclusão. Na primeira parte, far-se-á uma breve explanação de cada teoria considerada para a revisão bibliográfica sistemática, buscando abordar seus conceitos de forma crítica, com especial ênfase na adequação à realidade de países emergentes, como o Brasil. Na segunda, serão discutidos os resultados da revisão bibliográfica sistemática, contendo a descrição da amostra e a identificação das teorias empregadas nos artigos.

2 TEORIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

Neste capítulo serão apresentados os principais aspectos e conceitos fundamentais abordados por cada teoria a ser analisada na Revisão Bibliográfica Sistemática, iniciando pelas abordagens comportamentais, seguidas das econômicas. Cabe ressaltar novamente que as teorias que serão apresentadas foram desenvolvidos em países industrializados, comumente caracterizados por competição e dinamismo e que não necessariamente se aplicam ao caso de empresas de países em desenvolvimento, geralmente entrantes tardios no comércio internacional (MORAES; OLIVEIRA; KOVACS, 2006).

2.1 Modelo de Uppsala

Este modelo que tem como precursores os autores Johanson e Vahlne (1977), foi originado na Suécia por meio de observações empíricas do comportamento das empresas suecas em seu processo de internacionalização. Comandada pela Universidade de Uppsala, esta pesquisa obteve as seguintes conclusões:

- a) as empresas buscam realizar investimentos no mercado para o qual desejam expandir-se, de forma gradual, ou seja, em pequenos passos;
- b) a falta de conhecimento sobre os mercados que se deseja atuar pode ser suprida através de um processo experencial de operações nesses mercados;
- c) as empresas obedecem a uma cadeia de estabelecimento quando decidem por iniciar suas operações no mercado externo, começando pela atividade não regular de exportação, seguida da exportação através de agente, posteriormente estabelecem uma subsidiária de vendas, para só então começarem a produzir no país hospedeiro, sendo um processo então sequencial e de aumento proporcional de comprometimento de recursos.
- d) no que se refere à escolha dos países, o modelo apresenta o conceito de distância psíquica, considerada como os fatores que previnem o fluxo de informações, tais como: idioma, educação, cultura e práticas de negócio. Dessa forma, as empresas buscam locais que possuam tais fatores semelhantes aos seus, para que assim, haja uma diminuição das incertezas das ações nestes locais escolhidos.

Com o conhecimento adquirido nesses mercados, aprimora-se a percepção de novas oportunidades, ameaças e melhores formas de se aplicar recursos (JOHANSON; VAHLNE, 1977).

No entanto, sendo esta uma teoria desenvolvida em um país desenvolvido, torna-se questionável à sua aplicação em países emergentes como o Brasil, decorrente de diferenças e

particularidades inerentes a cada país. Fatores como a distância psíquica e cadeia de estabelecimento tornaram-se alvo de tais críticas uma vez que os estágios sequenciais podem não ser seguidos, pois as empresas podem optar por pular alguns estágios da cadeia, bem como, começar a exportar para países mais distantes psiquicamente mediante fatores determinados pelo ambiente. Comportamento como este já é possível observar em algumas empresas exportadoras (MORAES; OLIVEIRA; KOVACS, 2006).

Moraes, Oliveira e Kovacs (2006) ainda evidenciam outra crítica ao modelo que se refere a não contemplação de outros modos de entrada, tais como aquisições, fusões e alianças estratégicas. Entretanto, apesar das críticas, ainda é o modelo que melhor explica o processo de internacionalização, sendo o mais referenciado (ANDERSEN, 1993). Além de possuir validade nas pesquisas e ser dotado de grande simplicidade (FORSGREN, 2000).

2.2 Teoria de Networks

A perspectiva de redes não objetivava substituir o modelo de Uppsala no que diz respeito ao acesso aos mercados externos de forma incremental, descartando a relação entre conhecimento e experiência, mas buscou complementar a teoria de Uppsala acrescentando aspectos ainda não observados. As fases de internacionalização dessa nova perspectiva são mais breves, havendo um movimento acelerado das empresas rumo aos mercados externos em decorrência da interação na rede de relacionamentos, já que estas fornecem novas informações e modos de entrada em outros países (COVIELLO; MUNRO, 1997).

A noção de redes reflete a ideia de atores interligados, tais quais: clientes, fornecedores, concorrentes dentre outros. Estes atores podem ser internacionais ou não, sendo a inserção internacional de um ator da rede uma influência para as demais (JOHANSON; VALHNE, 1990). Dessa forma, a teoria de *networks* analisa não apenas o grau de internacionalização de uma empresa baseada na quantidade de recursos comprometidos, mas também o grau de internacionalização da *network* a qual a empresa está envolvida (ANDERSSON; JOHANSON, 1997; JOHANSON; MATSSON, 1988).

Na medida em que uma empresa começa a fazer parte de uma rede de relacionamentos, ela passa a ter acesso aos recursos de outros agentes, tais recursos são compartilhados devido ao relacionamento estabelecido em longo prazo. A posição da empresa em uma rede definirá o seu grau de obtenção dos recursos desta. Além disso, a entrada de uma empresa na rede é avaliada pelos seus demais membros, sendo necessário tempo e recursos das entrantes nesse movimento inicial (ROCHA; ALMEIDA, 2006).

Para Johanson e Vahlne (2009) o sucesso de uma empresa está relacionado ao seu envolvimento em uma ou mais redes, sendo através destas relações que as empresas aprendem e constroem a confiança e compromisso, aspectos básicos para o processo de internacionalização. Uma empresa que não participa de uma rede de relacionamentos enfrentará dificuldades pelo desconhecimento do país para o qual deseja adentrar, gerando um sentimento de estranheza, assumindo a “responsabilidade de estrangeiro”.

Com as redes espera-se criação de valor para as empresas interligadas à medida que o trabalho em parceria se sobrepõe em termos de produtividade, ao trabalho individual. Essa criação de valor através das atividades de cooperação bem coordenadas, diminuiria o oportunismo destacado por Williamson (1985), mas apesar desta ameaça, diversas relações cooperativas objetivando a melhoria do desempenho crescem consideravelmente (HOLM; ERIKSSON; JOHANSON, 1996).

Entretanto, percebe-se que a teoria não explica de forma clara como a empresa vai estabelecer estes contatos em um primeiro momento, para dar impulso a sua primeira internacionalização. No país em que foi estabelecida, na Suécia, que já está envolta em um ambiente mais internacional, parece claro que os contatos locais que a empresa possui devem já ser internacionais. Contudo, para um país continental como o Brasil e fora das grandes rotas de comércio mundial, é mais difícil para uma empresa que opera apenas domesticamente conseguir realizar contatos de outros países. No entanto, deve ser justamente por esse motivo que o governo brasileiro e outras instituições mistas vem investido fortemente na participação de empresas brasileiras em feiras internacionais, de modo a facilitar o estabelecimento de redes.

2.3 Empreendedorismo Internacional

O termo “empreendedorismo internacional” foi cunhado por McDougall (1989, p.387) que ofereceu um apoio inicial ao tema com a descoberta da diferença existente entre as novas empresas que competem internamente e as novas empresas que optam por entrar nos mercados internacionais. A autora define empreendedorismo internacional “como o desenvolvimento de novos empreendimentos internacionais ou start-ups que, desde o seu início, se engajam em negócios internacionais”, e entende que os novos empreendimentos internacionais competem em indústrias que se diferenciam dos empreendimentos domésticos, pois se caracterizam por competir em ambientes mais acirrados em termos de competição e restrições governamentais, além de desenvolverem estratégias que levam em consideração uma amplitude maior do mercado.

Uma concepção mais aprofundada a respeito do empreendedorismo internacional passou a ganhar forma. McDougall e Oviatt (2000, p.902) posteriormente, definiram o termo como “combinação de inovação, pró-atividade e aversão ao risco que cruza ou é comparado através das fronteiras nacionais e planeja criar valor em negócios da organização”. Outra característica deste aprofundamento conceitual é que o tamanho da empresa e seu tempo de existência não são determinantes para que uma organização não possua um comportamento internacional.

Schweizer, Vahlne e Johanson (2010), incluíram em seus estudos a capacidade empreendedora, uma vez que as decisões quanto à internacionalização são influenciadas pelas características de cada empreendedor, sejam elas emocionais ou intelectuais, somado a aprendizagem pela experiência. Dessa forma, os empreendedores reconhecem as oportunidades em decorrência da sua prontidão e atenção baseado em suas experiências e formação.

Sendo assim, a contribuição desta teoria reside também na valorização dos indivíduos como importantes fatores para a escolha do modo de entrada de uma empresa no mercado externo. Além disso, diferenças entre empresas aparentemente semelhantes podem ser obtidas em decorrência das experiências e habilidades idiossincráticas de cada empreendedor em lidar com a internacionalização. Neste sentido, ao considerar a habilidade mais específica do empreendedor ao atuar em ambientes internacionais, parece ser uma teoria aplicada independente da região ou país, ainda que os países desenvolvidos, tradicionalmente mais internacionalizados, possam vir a ter empreendedores internacionais com mais facilidade, em decorrência de um ambiente mais multicultural.

2.4 Teoria do Ciclo de Vida do Produto

Desenvolvido por Vernon, em 1966, que procurava estabelecer uma extensão do ciclo de vida de produtos de empresas norte-americanas, as quais, segundo o autor, estavam na vanguarda

da inovação de seu tempo. Vernon esperava lidar com a falta de realismo das teorias dos custos comparativos ao enfatizar o papel da inovação de produto, os efeitos das economias de escala e o papel da incerteza em influenciar padrões entre fronteiras nacionais (VERNON, 1966).

Neste sentido, Vernon (1966) identificou vários estágios no ciclo de vida de um produto, cada um com diferentes implicações para a internacionalização de uma empresa inovadora. O estágio inicial é doméstico, no qual o produto ainda está sendo concebido, com orientação voltada para o país em que o produto foi desenvolvido. Neste estágio, a exportação para outros países industrialmente desenvolvidos suporta o objetivo de alcançar economia de escala na produção. O segundo estágio é o de crescimento, no qual as atividades de exportação aumentam e o investimento externo direto em plantas manufatureiras são realizadas em países com demanda em potencial para o produto (MELIN, 1992).

Já no estágio de maturidade, quando os principais mercados já estão saturados e o produto padronizado, a manufatura é realocada para países com baixos custos de mão-de-obra, ou seja, os subdesenvolvidos (MELIN, 1992). Neste estágio, os países importadores começam a erguer tarifas e outras barreiras para encorajar as empresas locais a iniciarem a produção dos itens (MORAES; OLIVEIRA; KOVACS, 2006). Finalmente, o quarto e último estágio, o de declínio, a manufatura e em alguns casos também a demanda, definitivamente deixa o país industrial o qual era sede da inovação original do produto (MELIN, 1992).

Segundo Melin (1992), a maior contribuição da teoria do ciclo de vida do produto foi a sua visão do desenvolvimento da realocação das atividades produtivas, sendo esta mudança de localização relacionada com conhecimento tecnológico, demanda e custos de mão-de-obra. Entretanto, diversas críticas têm sido realizadas a este modelo, o qual, apesar de representar a realidade das empresas norte-americanas do contexto em que foi escrito, na década de 60, de fato não explica ou procura compreender como um país emergente ou subdesenvolvido pode internacionalizar-se.

Ainda, o modelo é criticado por ser descritivo e não ter aplicabilidade a produtos de ciclos de vida curtos (MELIN, 1992). Além disso, em um mundo cada vez mais globalizado e com algumas empresas presentes em diversos países do globo, o lançamento de produtos inovadores se dá de forma quase que instantânea em diversos lugares do mundo. Borini et al (2006), também criticam a ausência de valor concedida às subsidiárias instaladas em outros países, uma vez que, “nessa perspectiva, as multinacionais vêem os países estrangeiros como locais de exploração e suas subsidiárias como incapazes de contribuir para o valor agregado da corporação” (BORINI et al, 2006, p. 45). Além disso, “uma outra crítica ao modelo refere-se à não menção dos modos de entrada por meio do licenciamento, alianças estratégicas e aquisição, prendendo-se apenas à exportação e às instalações de subsidiárias próprias” (MORAES; OLIVEIRA; KOVACS, 2006, p. 228).

2.5 Teoria da Internalização e Custos de Transação

A teoria do custo de transação tem como principais referências Williamson (1975) e Coase (1937). No que tange a teoria da internalização seus principais representantes são Buckley e Casson (1976) e Rugman (1980). O presente artigo irá incluir as duas em um mesmo escopo por entender que ambas seguem a mesma lógica, uma vez que os custos de transação são a consequência da escolha ou não da internalização.

Ainda segundo Carneiro e Dib (2007), a teoria da internalização foi formalmente proposta por Buckley e Casson (1976) mas tem sua origem conceitual nos custos de transação. Desde o

primeiro momento em que a empresa decide engajar-se em atividades internacionais, até mesmo via exportação, ela já enfrenta custos, “sejam associados à busca de informação ou ao cumprimento de contratos. São os (...) custos de transação” (BORINI et al, 2006, p. 44). Assim, a empresa “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” (CARNEIRO; DIB, 2007, p. 05). Neste sentido, uma análise racional de custo-benefício é o que leva uma empresa a decidir de que forma se dará suas atividades internacionais.

Assim, em suma, a empresa internaliza aquelas atividades cujas transações são mais custosas e ineficientes quando realizadas pelo mercado do que realizadas internamente. A teoria considera que é “mais vantajoso desenvolver transações na empresa (entre as subsidiárias, entre empresas licenciadas ou joint-ventures) do que entre diferentes empresas” (BORINI et al, 2006).

Os autores sugerem que na primeira fase do crescimento da empresa multinacional, até o fim da Segunda Guerra Mundial) a internalização era realizada pela necessidade de crescimento das empresas, a fim de controlar o suprimento de matérias-primas. Após a Segunda Guerra, a principal razão da internalização tornou-se a necessidade de difundir o know-how tecnológico e de marketing, de uma forma a manter os direitos de propriedade de inovação das empresas. (BUCKLEY; CASSON, 1976). Assim, é a internalização que liga a inovação com a produção da multinacional e que permite a difusão do conhecimento (BUCKLEY; CASSON, 1976).

É oportuno destacar que tal teoria foi desenvolvida em um contexto mundial de ascensão das multinacionais na economia mundial, tanto norte-americanas quanto europeias (BUCKLEY; CASSON, 2003). Os autores consideravam o aumento da demanda e da renda dos países em desenvolvimento na época em que lançaram a teoria e, dessa forma, consideravam que as empresas multinacionais de países desenvolvidos que soubessem adaptar seus produtos e suas estratégias de marketing para os países em desenvolvimento teriam vantagens (BUCKLEY; CASSON, 1976). Entretanto, os autores não ponderaram a respeito da emergência de multinacionais provenientes também de países em desenvolvimento e que, em alguns casos, instalam suas operações em países desenvolvidos.

2.6 Paradigma Eclético

O paradigma eclético proposto por Dunning (1980, 1988) considera que a atuação internacional das empresas se dá a partir da análise de três vantagens, o que ele cunhou de Paradigma OLI. A primeira destas vantagens é a de propriedade (O - *Ownership*), ou seja, a utilização das competências essenciais da empresa como um diferencial, que serão transmitidas da matriz para as subsidiárias internacionais. Tais diferenciais e vantagens da empresa podem advir da “propriedade tecnológica; economia de escala; dotações específicas (homens, capitais e organização); acesso a diferentes mercados, fatores e produtos; multinacionalização anterior, dentre outros” (BORINI et al, 2006, p. 44). Segundo Dunning (1988), as vantagens de propriedade devem ser suficientes para compensar os custos de estabelecer e de operar uma unidade internacional.

A segunda questão é a exploração das vantagens de Localização (L - *Localization*), ou seja, o onde da produção, onde se encontrem vantagens espaciais para a transferência da produção (DUNNING, 1988). Carneiro e Dib (2007, p. 11), apontam alguns exemplos das vantagens da localização, como: “abundância de recursos naturais ou humanos com qualidade e baixo custo, knowhow tecnológico, infraestrutura, instituições, tamanho do mercado, estabilidade política e econômica, regime cambial e esquema de política econômica”.

Por fim, a empresa se internacionaliza para explorar também as vantagens de Internalização (I - *Internalization*). “As vantagens da internalização advêm da diminuição dos custos de câmbio, da propriedade da informação e redução da incerteza; do maior controle da oferta e dos mercados e da maior possibilidade de acordos contratuais e de negócios” (BORINI et al, 2006, p. 45). Dessa forma, “as empresas têm interesse em transferir as vantagens específicas de propriedade entre fronteiras nacionais dentro de suas próprias estruturas organizacionais do que vendê-las” (DUNNING, 1988, p. 03).

De acordo com Moraes, Oliveira e Kovacs (2006), o paradigma eclético é um modelo multi-teórico das escolhas de modos de entrada, baseado em três teorias: negócios internacionais, RBV e de custos de transação, e “aborda as entradas por meio de exportação, licenciamento e investimento externo direto (instalação de subsidiárias ou aquisição), não explicando, em seu modelo original, o processo de joint venture” (MORAES; OLIVEIRA; KOVACS, 2006, p. 231)

A abordagem eclética é mais voltada para a internacionalização de multinacionais, ou seja, de processos produtivos, tratando-se de um modelo estático (MELIN, 1992; MORAES; OLIVEIRA; KOVACS, 2006). Entretanto, “poucas são as empresas de países em desenvolvimento que têm subsidiárias de produção no cenário internacional e a maioria encontra-se nos estágios iniciais de Internacionalização” (MORAES; OLIVEIRA; KOVACS, 2006, p. 224), ou seja, subentende-se que o modelo tem pouca aplicabilidade para países emergentes. Melin (1992) também critica o paradigma eclético afirmando que este explica mais a existência da empresa multinacional do que o processo de internacionalização em si.

2.7 Teoria do Poder de Mercado / Teoria da Organização Industrial

Esta teoria tem origem no trabalho de Hymer (1960), que considera primeiramente o crescimento das empresas no seu mercado de origem através de fusões, aquisições com o objetivo de expandir a sua capacidade e agir de forma quase monopolística decorrente da exploração das imperfeições de mercado pelo uso de vantagens específicas (custos ou competências). À medida que aumenta o poder de mercado da empresa, aumenta também os seus lucros. No entanto, após identificar a inexistência de oportunidades em seu mercado doméstico é que as empresas decidem pela internacionalização, expandindo assim, suas atividades para outros mercados utilizando-se dos lucros antes obtidos no mercado de origem.

Sendo assim, os custos e riscos inerentes à produção internacional seriam supridos pela expectativa de obtenção de maiores lucros e influência de mercado, através de dois fatores: imperfeições de mercado e as vantagens competitivas da empresa (HEMAIS; HILAL, 2004).

No que tange ao investimento externo direto (IED), as firmas escolheriam por estes quando possuísem vantagens competitivas únicas. Dessa forma, quando a empresa identificasse no mercado externo a oportunidade de fomentar vantagens não existentes nestes, a concorrência enfrentada seria menor (HYMER, 1976).

Nesta perspectiva, a decisão sobre qual local a empresa irá internacionalizar-se deverá considerar um ambiente onde seja possível a realização de conluio e concentração de mercado (CARNEIRO; DIB, 2007).

Caves (1971) também contribuiu para a teoria de poder de mercado, destacando a diferença entre os motivos para realização de investimos horizontais, que é a produção no exterior de produtos também produzidos pela matriz, do investimento vertical, que é a instalação no exterior de unidade que produz insumos para a matriz ou que utiliza os produtos da matriz como

insumo para sua produção. Assim sendo, percebe-se que se trata de mais uma teoria que tem o seu enfoque em grandes corporações e, mais do que isso, corporações monopolísticas.

2.8 Vantagem Competitiva

Michael Porter, por sua vez, explora as vantagens competitivas das nações (Porter, 1990), em um modelo que ficou conhecido como Diamante de Porter. Tem como principal objetivo explicar “por que determinado país reúne condições domésticas que garantem uma competitividade não baseada em custos, mas em qualidade, diferenciação e inovação” (BORINI et al, 2006, p. 45). Assim, tem como pilar tratar as “características nacionais como estimulantes da vantagem competitiva internacional das indústrias” (MORAES; OLIVEIRA; KOVACS, 2006, p. 232).

Porter salienta o ambiente no qual a empresa opera como origem da vantagem competitiva. “O ambiente molda como as atividades são configuradas, quais recursos podem ser estabelecidos e como os comprometimentos podem ser realizados de forma bem-sucedida” (PORTER, 1991, p. 110). Neste sentido, o ambiente de algumas nações seriam mais estimulantes para o sucesso de determinadas indústrias (SILVA; SILVA; MOTTA, 2012).

Dessa forma, ele identificou quatro atributos presentes nos ambientes das nações que se inter-relacionam e que tem influência na capacidade de inovação e melhora no desempenho das empresas. Tais fatores constituem as arestas do modelo de diamante e são: Condições dos fatores; Estratégia, estrutura e rivalidade; Condições da demanda; e Indústrias correlatas e de apoio. As condições dos fatores referem-se aos fatores de produção, como mão-de-obra, território, recursos naturais, capital e infraestrutura, além de recursos humanos sofisticados e base tecnológica científica (MORAES; OLIVEIRA; KOVACS, 2006). A demanda interna sofisticada e exigente também permite às empresas serem mais inovadoras e a responderem melhor a seus compradores. As indústrias correlatas e de apoio estão relacionadas a cadeia de valor de Porter, considerando a importância de fornecedores e parceiros também competitivos.

Por fim, o quarto fator da estratégia, estrutura e rivalidade, considera a importância da concorrência interna, em que “a presença de rivais locais fortes constitui requisito fundamental para a criação da vantagem competitiva por estimularem continuamente menores custos, melhoria da qualidade dos serviços e processos e demais formas de diferenciação”(MORAES; OLIVEIRA; KOVACS, 2006, p. 234).

Assim, tais fatores explicariam por que alguns setores da economia de um país apresentam melhores condições de “prosperidade e competitividade internacional, o que por sua vez levaria à criação da vantagem competitiva, melhoria da qualidade de vida da população e aumento da riqueza das nações” (SILVA; SILVA; MOTTA, 2012, p. 704).

Apesar de sua importância, críticos destacam que todos os determinantes do modelo não foram empiricamente comprovados, “especialmente quando os estudos eram dirigidos às economias emergentes e indústrias menos sofisticadas” (MORAES; OLIVEIRA; KOVACS, 2006, p. 232). Além disso, este *framework* de Porter emergiu como resultado de um estudo cuja amostra eram empresas das 10 principais nações comerciais (PORTER, 1991), certamente não envolvendo nesta amostra as características de países em desenvolvimento. Ademais, ao colocar demasiada ênfase no ambiente como determinante da vantagem competitiva, Porter acaba negligenciando os atributos internos e específicos de determinadas empresas, e suas capacidades de modificarem os ambientes à sua volta.

2.9 A Visão Baseada em Recursos (RBV)

Baseado nos estudos de Edith Penrose (1959) desenvolveu-se a visão baseada em recursos (RBV) que busca explicar a vantagem competitiva das empresas através de um olhar para dentro das organizações, ao contrário da obtenção da vantagem competitiva através da posição na indústria proposto por Porter (1980).

O foco principal da RBV está nos recursos das empresas e em como ela os organiza internamente, sejam estes recursos tangíveis ou intangíveis (BARNEY; HESTERLY, 2004). Segundo Barney (1991) os recursos possuídos pelas firmas as tornam únicas se forem raros, valiosos, impossíveis de substituir e difíceis de imitar. Sendo assim, a heterogeneidade e imobilidade dos recursos da empresa podem possibilitar uma maior vantagem competitiva para as mesmas. Barney (1991) define ainda recursos como: físicos (equipamentos, móveis), humanos (funcionários, gerentes) e organizacionais (cultura e reputação da empresa).

Grant (1991) os classifica em tangíveis e intangíveis e acrescenta os recursos: tecnológicos, financeiros e reputacionais. Este autor estabelece ainda cinco estágios para a formulação da estratégia: analisar a base de recursos da firma; avaliar as capacidades da firma; avaliar potencial de geração de lucros das capacidades e recursos da firma; selecionar uma estratégia; e, por fim, expandir e aprimorar o conjunto de capacidades e recursos da firma. Wernefelt (1984), por sua vez, foi quem criou o termo “visão baseada em recursos”. Para ele, a estratégia de crescimento das firmas está relacionada à exploração dos recursos existentes, bem como, no desenvolvimento de novos recursos.

A visão baseada em recursos também tem demonstrado grande importância e representatividade nos estudos sobre internacionalização de empresas. Para Peng (2001), essa teoria tem contribuído para explicar a estratégia de entrada da empresa em mercados externos. Salazar et al (2013), consideram como as principais contribuições da RBV na explicação da internacionalização das empresas os seguintes aspectos: modos de entrada nos países externos, o papel dos recursos tangíveis e intangíveis da empresa e do país hospedeiro na construção da vantagem competitiva sustentável, o desenvolvimento de capacidades ao longo do processo rumo aos mercados internacionais e o empreendedorismo internacional.

Sendo assim, a RBV vem ganhando destaque nos estudos sobre administração estratégica, destacando-se como uma teoria robusta e integradora, contemplando análises para estratégias de negócios, estratégias corporativas e estratégias de internacionalização (SALAZAR et al, 2013), independentemente se as empresas são provenientes de países desenvolvidos ou emergentes, uma vez que o foco da teoria está nos recursos internos da empresa.

2.10 *Born globals*

O fenômeno das born-globals, empresas que já nascem voltadas para sua atuação internacional, é recente e somente a partir da década de 90 que tem chamado a atenção de pesquisadores e consultores (CARNEIRO; DIB, 2007). Foi Rennie (1993) que cunhou o termo “born global” ao identificar em um estudo com empresas australianas, um número substancial de pequenas e médias empresas que conseguiam competir internacionalmente com empresas já estabelecidas internacionalmente e que, praticamente desde o início de suas operações já eram voltadas para atividades globais.

De acordo com Carneiro e 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 (...) em setores de alta tecnologia”, ainda que não necessariamente. Os autores também apontam para a inadequação das teorias tradicionais de internacionalização em explicar este fenômeno (CARNEIRO; DIB, 2007).

Diversas proposições são apontadas na literatura para caracterizar empiricamente uma born global (DIB, 2008). Os autores mais citados nos estudos de internacionalização (KNIGHT; CAVUSGIL, 2004), estabelecem que a born global é a empresa que inicia suas atividades internacionais logo após a sua fundação, em até 03 anos depois de seu estabelecimento, com pelo menos 25% das sua produção total voltada à exportação, além de estar substancialmente fundamentada em produtos baseados em conhecimento, capacidades e cultura inovativa.

Dib (2008), salienta que “existe a esperança de que o fenômeno Born Global possa ajudar o Brasil a enfrentar o desafio da internacionalização de suas empresas” (DIB, 2008, p. 02), no sentido em que este fenômeno poderia significar uma nova chance de se superar as barreiras psíquicas com outros países e assim acelerar a internacionalização de empresas brasileiras, o qual ainda pode ser estimulado por políticas públicas. Ou seja, apesar de ser uma teoria que emergiu principalmente de países desenvolvidos, trata-se de um fenômeno presente em inúmeros países, inclusive no Brasil, sendo então uma teoria capaz de explicar e representar a internacionalização de empresas *born globals* também de países emergentes.

3 DISCUSSÃO

Realizada a revisão sistemática da literatura proposta, a amostra proveniente da busca nos sites dos periódicos resultou em 85 artigos selecionados, com as características de busca pelas palavras-chave mencionadas na introdução. Os 85 artigos foram encontrados em 12 diferentes periódicos, todos classificados como Qualis A2 pela Capes (classificação quadriênio 2013-2016), cuja distribuição pode ser visualizada na tabela a seguir (Tabela 1).

Tabela 1 - Distribuição dos artigos selecionados nos periódicos nacionais Qualis A2.

Revista	ISSN	Nº Artigos (2007-2017)
REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA	1982-7849	16
REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS	2178-938X	15
REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS	1983-0807	12
BRAZILIAN ADMINISTRATION REVIEW	1807-7692	11
BRAZILIAN BUSINESS REVIEW	1808-2386	8
REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DA USP	0080-2107	8
CADERNOS EBAPE.BR	1679-3951	7
REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA	1982-3134	3
REVISTA DE CONTABILIDADE E ORGANIZAÇÕES	1982-6486	2
CONTABILIDADE VISTA & REVISTA	0103-734X	1
REVISTA CONTEMPORÂNEA DE CONTABILIDADE	2175-8069	1
REVISTA UNIVERSO CONTÁBIL	1809-3337	1

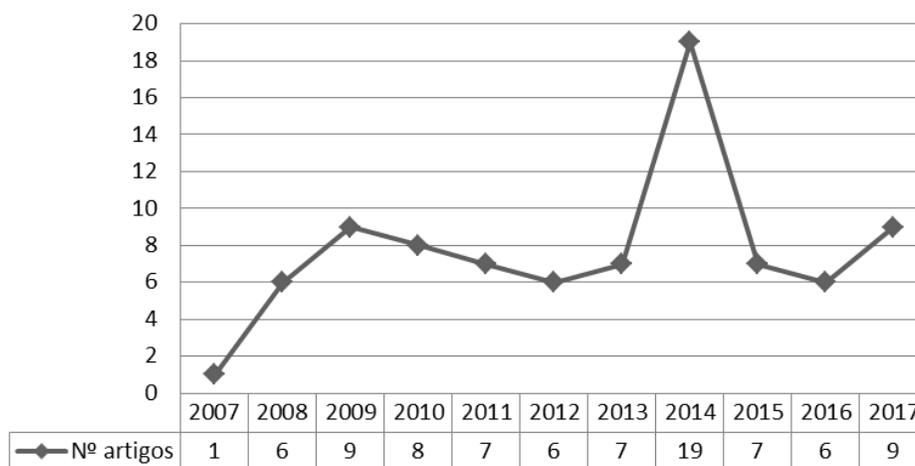
Assim, pode-se observar que, dentre o período analisado, destacam-se quatro periódicos A2, nas quais foram publicados a maioria dos artigos de internacionalização. São estes: Revista de Administração Contemporânea (16 dos 85 trabalhos selecionados, ou seja, aproximadamente

19%), Revista de Administração de Empresas (18%), Revista de Administração de Gestão de Negócios (14%) e também a Brazilian Administration Review (13%). Juntas, estas revistas representam quase 65% dos artigos selecionados para análise.

No que se refere à distribuição temporal da publicação dos artigos de internacionalização durante o período analisado, 2007 a 2017, a Figura 1 demonstra certa tendência de crescimento na publicação de artigos sobre internacionalização, especialmente a partir de 2007. Tal crescimento apresentou uma leve queda entre 2010 a 2012, mas atingiu um pico de 19 artigos em 2014. Em 2015, volta a atingir os patamares anteriores e a crescer a partir de 2017.

Figura 1 - Distribuição temporal (2007 - 2017) dos artigos selecionados.

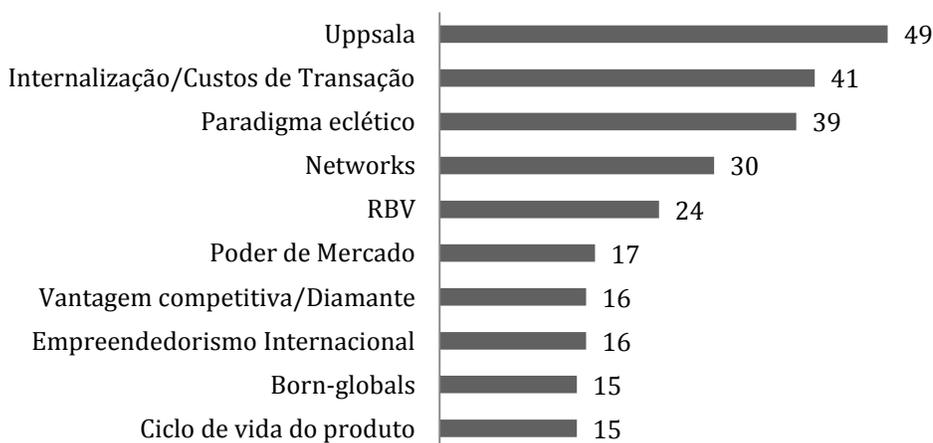
Distribuição temporal (2007-2017) dos artigos selecionados



As teorias mais empregadas para a explicação dos processos de internacionalização dentro da produção acadêmica brasileira entre 2007 a 2017 apresentam um predomínio da teoria de Uppsala (aproximadamente 19% das citações), seguida da teoria de Internalização (16%), Paradigma Eclético (15%) e Networks (11%), conforme pode ser visualizado na Figura 2.

Figura 2 - Referencial teórico de Internacionalização.

Teorias mais citadas



Se formos considerar o conjunto das teorias comportamentais e econômicas, percebe-se um predomínio das teorias econômicas (58%), em relação às teorias comportamentais (36%), além de 6% da teoria das *born globals*, a qual, como visto, não é categorizada nas teorias tradicionais. Este resultado sobressalente das teorias econômicas deve-se possivelmente ao fato de a presente pesquisa ter considerado um número muito maior de teorias e autores pertencentes à abordagem econômica das teorias de internacionalização de empresas. Entretanto, é oportuno salientar que a grande maioria dos trabalhos selecionados apresentou referência de mais de uma teoria de internacionalização de empresas, normalmente apresentando em conjunto teorias comportamentais e econômicas. Raros foram os trabalhos que utilizaram-se de apenas uma teoria como base teórica.

4 CONCLUSÃO

Assim sendo, conclui-se que o presente trabalho atingiu seu objetivo principal ao: a) analisar criticamente as principais teorias de internacionalização, com a perspectiva de um país emergente; e b) identificar quais destas teorias são as mais mencionadas em trabalhos de internacionalização de empresas da produção científica brasileira da última década.

Com relação à revisão teórica das principais teorias de internacionalização, conclui-se que há divergências entre as principais teorias de internacionalização e aplicabilidade limitada ao contexto da internacionalização de países emergentes. Entretanto, parece haver uma maior convergência das teorias comportamentais na explicação de processos de internacionalização de empresas de menor porte e também provenientes de países emergentes, comparado às teorias econômicas, cujo enfoque é maior no entendimento das multinacionais e da internacionalização de processos produtivos.

No que tange à revisão sistemática realizada nesta pesquisa, 85 artigos de internacionalização de empresas foram selecionados de periódicos nacionais classificados como A2 entre 2007 a 2017. Observou-se que 4 principais periódicos concentraram mais da metade das publicações, sendo os seguintes: Revista de Administração Contemporânea, Revista de Administração de Empresas, Revista de Administração de Gestão de Negócios e também a Brazilian Administration Review. Além disso, no período analisado, o ano de 2014 despontou como um de grande produção científica na área de internacionalização de empresas. O ano de 2017 também apresentou crescimento em comparação com 2016, fazendo crer que há uma tendência de crescimento de estudos da área. Com relação às teorias, principal objetivo da revisão sistemática, observou-se um predomínio da teoria de Uppsala (aproximadamente 19% das citações), seguida da teoria de Internalização (16%), Paradigma Eclético (15%) e Networks. No conjunto, entretanto, percebe-se uma preminência das teorias econômicas (58%), em relação às teorias comportamentais (36%), além de 6% da teoria das *born globals*.

De igual forma, é oportuno ressaltar algumas limitações da presente pesquisa. A primeira destas é de que a amostra foi restrita em termos de número de periódicos, abrangendo somente aqueles classificados como A pela Capes. Sugere-se a ampliação deste estudo com a inclusão dos periódicos classificados pelo sistema Qualis como B1, B2, B3, e até mesmo incluir, trabalhos apresentados em congressos. Outra limitação é a ausência de uma comparação com trabalhos internacionais, bem como de trabalhos de autores brasileiros publicados em periódicos internacionais a respeito do tema. Outra limitação observada diz respeito a não inclusão de outras teorias de internacionalização, como a visão baseada em instituições, e outros modelos não-

teóricos. Contudo, essas limitações indicam possíveis desdobramentos futuros do presente trabalho.

5 REFERÊNCIAS:

- AMAL, et al. Differences and similarities of the internationalization processes of multinational companies from developed and emerging countries. **European Business Review**. Vol. 25 No. 5, 2013 pp. 411-428.
- ANDERSEN, O. On the internationalization process of firms: A critical analysis. **Journal of International Business Studies**, v. 24, n. 2, 1993.
- ANDERSSON, U.; JOHANSON, J. International Business Enterprise. In: Bjorkman, Igmarr; Forsgren, Mats: The nature of the international firm: Nordic contributions to international business research. Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 1997. p. 33-49.
- BARNEY, J. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of Management**. v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.
- BARBEY, J. B.; HESTERLY, W. Economia das organizações: entendendo a relação entre as organizações e a análise econômica. In: S. R. Clegg, C. Hardy & W. R. Nord (Eds.), Handbook de estudos organizacionais: ação e análise organizacionais (vol. 3). São Paulo: Atlas, 2003.
- BORINI, F. M., RIBEIRO, F. C. F., COELHO, F. P., PROENÇA, E. R. O Prisma da Internacionalização: um estudo de caso. **FACES R. Adm**, v. 5 · n. 3 · p. 42-55, 2006.
- BUCKLEY, P.; CASSON, M. **The future of multinational enterprise**. London: Macmillan, 1976.
- BUCKLEY, P.; CASSON, M. The Future of the Multinational Enterprise in retrospect and in prospect. **Journal of International Business Studies**. p. 219-222, 2003.
- CARNEIRO, J.; DIB, L.A. Avaliação comparativa do escopo descritivo e explanatório dos principais modelos de internacionalização de empresas. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 2, n.1, p. 1-25, 2007.
- CAVES, R. International corporations: the industrial economics of foreign investment. **Economica**, v. 38, February 1971, p. 1-27.
- COASE, R. The nature of the firm. **Economica**, v. 4, n. 16, p.386-405, 1937.
- COVIELLO, N.; MUNRO, H. Network Relationships and the Internationalization Process of Small Software Firms, **International Business Review**, 6(4), 361386, 1997.
- DIB, L. A. **Caracterizando o Processo de Internacionalização Born Global**: Discussão sobre a Conceituação Empírica do Fenômeno e Hipóteses de Pesquisa. In: Encontro Nacional da ANPAD, 32., 2008, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.
- DUNNING, J. H. Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests. **Journal of International Business Studies**, v. 11, n. 1, p. 9-31, 1980.
- DUNNING, John H. The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. **Journal of International Business Studies**. v.19. n. 1. 1988. p. 1-31.
- FLEURY, A.; FLEURY, M.T.L. **Brazilian multinationals: competences for internationalization**. Cambridge: Cambridge University, 2011.
- FORSGREN, M. **Some Critical Notes on Learning in the Uppsala Internationalization Process Model**. Department of Business Studies Uppsala University, 2000.
- GRANT, R. M. The resource – based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. **California Management Review**, v. 33, n. 3, p. 114-135, Spring, 1991.

HEMAIS, C.A.; HILAL, A . Teorias, paradigmas e tendências em negócios internacionais: de Hymer ao empreendedorismo. In: HEMAIS, C.A. (Org.). **O desafio dos mercados externos**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

HOLM, D. B.; ERIKSSON, K.; JOHANSON, J. Business Networks and Cooperation in International Business Relationships. **Journal of International Business**, 1996.

HYMER, S. **The international operations of national firms**: a study of direct foreign investment. Doctorate thesis. Cambridge, MA: The MIT Press, 1960/1976.

JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan-Erik. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign markets commitments. **Journal of International Business Studies**. Spring 1977. p. 23-32.

JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan-Erik. The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership. **Journal of International Business Studies**. n. 40, 2004. p. 1411-1431.

JOHANSON, J.; MATTSSON, L. **Internationalization in industrial systems**: a network approach. In: HOOD, H.; VAHLNE, J. (Eds.). *Strategies in foreign competition*. London: Croom Helm, 1988.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. The mechanism of internationalisation. **International Marketing Review**, v. 7, n. 4, p. 11-24, 1990.

JOHANSON, Jan, e VAHLNE, J-E. The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. **Journal of International Business Studies**, v. 40, no. 9, 2009, p. 1411-1431.

KNIGHT, Gary A.; CAVUSGIL, S. Tamer. Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. **Journal of International Business Studies**, v. 35, n°2, pp.124-141, 2004.

MARIOTTO, F. L. **Estratégia Internacional da Empresa**. São Paulo: Thomson Learning, 2007. Coleção Debates em Administração. 131 p.

MCDOUGALL. P.P. International versus domestic entrepreneurship: new venture strategic behaviour and industry structure. **Journal of Business Venturing**, v.4, n.6, 1989.

McDOUGALL, P.P., OVIATT, B.M. International entrepreneurship: the intersection of two research paths, **Academy of Management Journal**, vol. 43 n..5, pp.902-906,2000.

MELIN, Leif. Internationalization as a strategy process. **Strategic Management Journal**. v. 13. 1992. p. 99-118.

MORAES, Sérgio Garrido, STREHLAU, Vivian Iara, TUROLLA, Frederico Araújo. Produção acadêmica de autores brasileiros sobre Internacionalização: Balanço das publicações no Brasil no Séc. XXI. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**. São Paulo, v.10, n. 2, p. 82-96, 2015.

MORAES, Walter F. Araújo, OLIVEIRA, Brigitte Renata Bezerra, KOVACS, Erica Piros. Teorias de Internacionalização e Aplicação em Países Emergentes: uma Análise Crítica. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 203-220, 2006.

PENG, Mike W. The resource-based view and international business. **Journal of Management**, v. 27, n. 6, p.803-829, 2001.

PORTER, M. E. **The Competitive Advantage of Nations**. Free Press, New York, 1990.

PORTER, M. E. Toward a dynamic theory of strategy. **Strategic Management Journal**, v. 12, p.95-117, Winter Issue, 1991.

RENNIE, M. Global competitiveness: born global. **McKinseyQuarterly**, v. 4, p. 45-52, 1993.

ROCHA, A.M.C; ALMEIDA, V.M.C. Estratégias de entrada e de operação em mercados internacionais. In: TANURE, B.; DUARTE, R.G. (Org.). **Gestão Internacional**. São Paulo: Saraiva, 2006.

RUGMAN, A. Inside the Multinationals. Columbia University Press, New York, NY, 1981.

SALAZAR, V. S; MORAES, W. F. A.; PEREIRA, Y. V. ou LEITE, Y. V. P. ; SIQUEIRA, E. S. . Resourced Based View: das Proposições de Penrose à Internacionalização. **Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Potiguar - RaUnP**, v. 5, p. 71-79, 2012.

SILVA, Martim Francisco de Oliveira e; SILVA, Jorge Ferreira da; MOTTA, Luiz Felipe Jacques da. A vantagem competitiva das nações e a vantagem competitiva das empresas: o que importa na localização?. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro, v. 46, n. 3, p. 701-720, 2012.

SOUZA, Eda Castro Lucas; FENILI, Renato Ribeiro. Internacionalização de Empresas: Perspectivas Teóricas e Agenda de Pesquisa. **Revista de Ciências de Administração**. v. 14, n. 33, p. 103-118, ago. 2012.

SPOHR, N.; SILVEIRA, F.F. Estratégia Internacional de uma Multinacional Emergente Brasileira do Setor de Frigoríficos: O Caso JBS. In: **Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais**: São Paulo, 2010.

SCHWEIZER, R.; VAHLNE J.E; JOHANSON, J. Internationalization as an entrepreneurial process. *Journal International Entrepreneurship* 8:343–370, 2010.

THEÓPHILO, C. R.; IUDÍCIBUS, S. Uma análise crítico-epistemológica da produção científica em Contabilidade no Brasil. **Contabilidade, Gestão e Governança** , v. 8, n. 2, p. 147-175, 2005.

VERNON, R. International investment and international trade in the product cycle. **Quarterly Journal of Economics**, v. 80, p. 190-207, 1966.

WERNERFELT, B. A resource-based view of the firm. **Strategic Management Journal**, v. 5, p. 171-180, 1984.

WILLIAMSON, O. **Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications**. New York: Free Press, 1975.