

INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS: UMA ANÁLISE DA PESQUISA CIENTÍFICA NO BRASIL

STOCKER, Fabrício¹
SANTOS JHUNIOR, Ronaldo de Oliveira²
ABIB, Gustavo³

RESUMO

O objetivo deste estudo é compreender a produção científica brasileira sobre internacionalização de empresas a partir da análise de periódicos científicos nacionais classificados no Qualis Capes como B2 ou superior entre os anos 2000 e 2017, evidenciando o desenvolvimento das pesquisas brasileiras bem como os procedimentos e estratégias de pesquisa adotadas nos estudos sobre o tema. Para tanto, uma pesquisa bibliométrica foi desenvolvida para explorar e descrever os dados obtidos. Os achados do artigo demonstram ano a ano a evolução das atenções de estudos nacionais acerca da temática da internacionalização, apresentando as variações encontradas e o fato de que mais de 80% dos estudos no período se caracterizavam como de natureza empírica. Observou-se também a disseminação da pesquisa em diversas instituições de ensino no país.

PALAVRAS-CHAVE: internacionalização. teorias de internacionalização. bibliometria.

INTERNATIONALIZATION OF COMPANIES: AN ANALYSIS OF SCIENTIFIC RESEARCH IN BRAZIL

ABSTRACT

The purpose of this study is to understand the Brazilian scientific production on internationalization of companies from the analysis of national scientific journals classified in Qualis Capes as B2 or higher between 2000 and 2017, highlighting the development of Brazilian research as well as the procedures and strategies of adopted in studies on the subject. Therefore, a bibliometric research was developed to explore and describe the data obtained. The findings of the article show year by year the evolution of the attention of national studies on the theme of internationalization, presenting the variations found and the fact that more than 80% of the studies in the period were characterized as empirical in nature. There was also the dissemination of research in several educational institutions in the country.

KEYWORDS: internationalization. internationalization theories. bibliometrics.

1. INTRODUÇÃO

Com o processo da internacionalização de empresas se estabelecendo como um importante fator no desenvolvimento de um país (PAUL; PARTHASARATHY; GUPTA, 2017), a intensificação dos fluxos de comércio tem demandado um crescimento dos investimentos das organizações em uma atuação frente ao mercado internacional. A correlação entre vendas e investimentos no exterior tem tornado o processo de internacionalização uma real necessidade para que as organizações mantenham a sua competitividade e dessa forma enfrentem a concorrência mundial (ALMEIDA *et al*, 2007).

¹ Mestre em Administração pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e Doutorando em Administração na Universidade de São Paulo (FEA-USP). E-mail: fabriciostocker@usp.br

² Mestre em Administração pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e Doutorando em Administração na Universidade de São Paulo (FEA-USP). E-mail: ronaldojhr@usp.br

³ Docente na Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre pela UFPR e Doutor pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: gustavo.abib@gmail.com

Neste contexto, ao longo dos anos, a internacionalização se tornou uma estratégia quase essencial para o crescimento e sobrevivência empresarial por meio de diferentes modos de entrada, como exportação, alianças estratégicas e joint ventures (CAVUSGIL; KNIGHT, 2015; PAUL; ROSADO-SERRANO, 2019). Diversos pesquisadores (JOHANSON; VAHLNE, 1977; GOULART; ARRUDA; BRASIL, 1994; MAÇÃES; DIAS, 2001; PAIVA *et al*, 2004; ALMEIDA *et al*, 2007) buscaram, nesta perspectiva definir conceitos teóricos para a internacionalização, ainda que este processo seja considerado por grande parte da literatura como altamente dinâmico.

Por essa razão a internacionalização das empresas conforme Fleury e Fleury (2007) permite uma variedade de abordagens teóricas em razão da sua complexidade prática, assim não se pode considerar uma teoria única para sua explicação. No entanto, tradicionalmente duas abordagens clássicas são adotadas para explicar o processo de internacionalização, a abordagem da teoria comportamental e a abordagem da teoria econômica.

Considerando que o campo de internacionalização é relativamente novo, assim como as teorias que dão base para seus estudos, houve um aumento no interesse de pesquisa nesse campo teórico. Assim é levantada a questão, como tem se desenvolvido a produção científica sobre internacionalização de empresas no Brasil nos últimos anos?

Analisar a produção científica sobre um determinado tema torna-se relevante no sentido de servir como referência para pesquisadores e estudantes e, ainda, para que possa ocorrer a renovação do conhecimento naquela área. Ou seja, a produção científica deve ser estudada e repassada para a comunidade científica, a fim de aprimorar e gerar novos impulsos ao conhecimento da área, beneficiando pesquisadores e a sociedade. Assim, estudos dessa natureza são produzidos para auxiliar na disseminação do conhecimento científico, contribuindo para o entendimento do estado da arte em um campo específico (SOUZA *et al*, 2013).

Dessa forma, o propósito deste estudo é compreender a produção científica brasileira sobre internacionalização de empresas, a partir da análise dos periódicos científicos e publicações de artigos entre os anos 2000 e 2017, evidenciando o desenvolvimento e a evolução das pesquisas nacionais bem como os procedimentos e estratégias de pesquisa adotadas nos estudos sobre o tema. Assim, este estudo está estruturado por esta introdução; fundamentação teórica sobre as teorias de internacionalização, as abordagens comportamentais e econômicas das teorias e as estratégias de internacionalização; faz parte deste trabalho a apresentação dos procedimentos metodológicos utilizados para a pesquisa; apresentação dos resultados e análise dos dados e, por fim, as considerações finais, limitações do estudo e agenda para pesquisas futuras.

2. INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Com o fenômeno da globalização, a intensificação dos fluxos de comércio tem demandado um crescimento dos investimentos das organizações em uma atuação frente ao mercado internacional. A correlação entre vendas e investimentos no exterior torna o processo de internacionalização uma real necessidade para que as organizações consigam manter a sua competitividade e dessa forma enfrentar a concorrência mundial (ALMEIDA *et al*, 2007).

A complexidade dos processos de internacionalização torna possível a existência de uma variedade de interpretações e modelos teóricos (FLEURY; FLEURY, 2007). Considerando isso, serão abordados nessa seção os principais conceitos e paradigmas sobre as teorias de internacionalização e por fim relacionará a temática das estratégias de internacionalização com as razões e vantagens já mencionadas, da estruturação de redes organizacionais.

Com o aumento de pesquisas em razão da importância dedicada ao processo de internacionalização nos últimos anos, muitos autores (JOHANSON; VAHLNE, 1977; GOULART; ARRUDA; BRASIL, 1994; MAÇÃES; DIAS, 2001; PAIVA *et al*, 2004) conceituam a internacionalização apoiando-se em aspectos econômicos com relação a diminuição de fronteiras e interdependência das economias, características essas advindas do fenômeno da globalização e o progresso do fluxo de atividades globais.

Considerando isso, apresentam-se de forma introdutória alguns conceitos por diferentes autores sobre o que pode ser considerada internacionalização:

Quadro 1 – Quadro Conceitual sobre Internacionalização

Autor	Conceito de Internacionalização
Johanson & Vahlne (1977)	O processo de internacionalização é resultado de uma série de decisões incrementais das empresas, relacionado ao crescimento de seu envolvimento internacional.
Goulart, Arruda & Brasil (1994)	Internacionalização é o aumento de atuação de uma empresa em mercados potenciais, fruto da capacidade competitiva da organização em seu mercado doméstico, relacionada às características econômicas, culturais e geopolíticas do país de origem
Mações e Dias (2001)	Internacionalização é uma decisão estratégica, que envolve a identificação dos produtos a colocar nos mercados internacionais, os mercados a atingir e os modos de acesso e de presença mais adequados.
Paiva <i>et al.</i> (2004)	O conceito de internacionalização de empresa pode ser descrito como um processo crescente de envolvimento de uma empresa no mercado de outros países fora de sua base de origem.
Cintra & Mourão (2005)	Internacionalização é o processo de concepção do planejamento estratégico e sua respectiva implementação, para que uma empresa passe a operar em outros países diferentes daquele no qual está originalmente instalada.
Almeida <i>et al.</i> (2007)	Internacionalização trata-se da expansão da empresa além das fronteiras do seu país de origem. Embora a forma mais simples e direta de expansão é a comercial, o conceito abrange também as formas que envolvem maior compromisso e riscos associados, normalmente envolvendo investimentos diretos nos mercados de destino.

Fonte: os autores (2020)

Observa-se que não há um consenso entre as definições sobre internacionalização, porém nota-se que de maneira geral os conceitos abordam a internacionalização considerando desde o processo de participação e o primeiro contato com o mercado internacional, por meio das exportações, até a implantação de uma unidade e investimentos fora do país de origem, sendo este de caráter mais avançado. Nesse sentido, Honório e Rodrigues (2006) afirmam que o processo de internacionalização varia de acordo com o grau de comprometimento e disponibilidade de recursos alocados no mercado internacional, e conforme se vê a seguir, esse processo pode ser considerado gradual e evolutivo dependendo no nível da empresa e da estratégia de internacionalização adotada.

A internacionalização das empresas conforme já citado por Fleury e Fleury (2007) permite uma variedade de abordagens teóricas em razão da sua complexidade prática, assim não se pode considerar uma teoria única para sua explicação. Dessa forma, apresentam-se os principais estudos sobre o processo de internacionalização, sendo classificados conforme duas abordagens teóricas, da teoria comportamental e da teoria econômica.

2.1 TEORIAS COMPORTAMENTAIS DA INTERNACIONALIZAÇÃO

A teoria comportamental do processo de internacionalização está baseada sobre a teoria da firma, cujos teóricos organizacionais Penrose (1963) e Cyert e James (1992) incrementaram à abordagem econômica da firma, aspectos comportamentais antes deixados de lado. Nessa abordagem comportamental os estudos de internacionalização tiveram contribuição por meio de duas frentes de estudos, a Escola de Uppsala e a Escola Nórdica, conforme será apresentado a seguir.

2.1.1 A Escola de Uppsala de internacionalização de empresas

De acordo com Johanson e Vahlne (1977) o modelo do processo de internacionalização sugerido pelos pesquisadores da escola de Uppsala, ao pesquisarem as formas de internacionalização e os motivos envolvidos nesse processo nas empresas suecas, onde a universidade é localizada, sugere que a internacionalização deve ser feita por meio de exportações ou investimentos diretos no exterior e a escolha dos mercados deve ser levada em consideração com a proximidade de características da atuação atual das empresas. Dessa maneira, a escola de Uppsala indica que a seleção de mercados precisa estar relacionada com a distância psíquica entre estes, ou seja, as empresas devem iniciar seus processos de internacionalização em mercados onde possuem, sistema cultural, idiomas, práticas e políticas de negócios mais parecidos com a empresa, ainda que estas estejam em grandes distâncias geográficas (JOHANSON; VAHLNE, 1990).

Segundo essa teoria comportamental, o processo de internacionalização segue estágios sequenciais na medida em que se envolvem com o comércio exterior. Considera-se para tanto, a avaliação pelo grau de aprendizagem, que segundo a escola irá influenciar no comprometimento no processo, assim empresas de grau de aprendizagem baixo, devem iniciar o seu processo de internacionalização por meio de exportações enquanto empresas cujo grau de aprendizagem é alto, estas estarão aptas a entrarem no mercado internacional com aquisição de empresas no exterior e implantação de plantas de produção e comercialização. (JOHANSON; VAHLNE, 1977)

Ainda de acordo com os autores a percepção sobre os riscos e oportunidades é responsável por estabelecer o volume de recursos que a empresa investirá no mercado externo. Assim a escola de Uppsala além de reconhecer os fatores econômicos, leva em consideração os aspectos de motivação, comprometimento, aprendizagem entre outros para o estudo do processo de internacionalização e implementação das estratégias correspondentes a esse contexto.

2.1.2 A Escola Nórdica de Negócios Internacionais

Os estudos da escola Nórdica de Negócios Internacionais surgem como um complemento e evolução dos pensamentos da escola de Uppsala. Para Johanson e Mattson (2015) no processo de internacionalização das empresas além dos aspectos comportamentais trabalhados na escola de Uppsala outro fator de extrema importância são as redes de relacionamentos, referido como network.

As redes de relacionamentos surgem como um determinante e influenciador no processo de escolha do mercado de entrada internacional. Não somente os fatores comportamentais determinam a escolha dos mercados, mas também os relacionamentos e a rede de contatos influenciarão na participação de outros mercados e redes de atuação. Assim nessa escola de estudos, consideram-se os graus de internacionalização da rede de relacionamentos e não somente o grau de aprendizagem e comprometimento de recursos para entrada do mercado internacional (ANDERSSON; JOHANSON, 1997).

2.2 TEORIAS ECONÔMICAS DA INTERNACIONALIZAÇÃO

2.2.1 Teoria do Ciclo do Produto

A teoria do Ciclo do Produto está relacionada com o ciclo de vida dos produtos, introdução, crescimento e maturidade. Vernon (1966) propulsor da teoria argumenta que o processo de internacionalização das empresas está relacionado com as fases mencionadas sobre o ciclo de vida

do produto, ao considerar que haverá o ciclo em que haverá a produção, importação e exportação. Nesse processo, os estágios de vida dos produtos estão relacionados com a produção, a decisão de investimento em um determinado produto, os fatores relacionados a sua produção e sua inserção no mercado, relaciona-se também com o estágio de crescimento e maturação onde as características do produto e do mercado consumidor já estão definidos e então a escala de produção, tecnologia e mão-de-obra precisam ser otimizadas, nesse momento é que segundo a teoria do ciclo do produto que deve ocorrer o processo de internacionalização da produção (DIB, 2008).

2.2.2 Teoria do Poder de Mercado

Para a Teoria do Poder de Mercado, quando as organizações estão em um estágio inicial de crescimento, elas vislumbram uma participação maior no mercado doméstico, com isso se envolvem nos processos de aquisição, fusão e alianças estratégicas, fruto dessa expansão surgem os investimentos financeiros realizados também no mercado exterior, vislumbrando um crescimento além do mercado nacional (DIB, 2008). Assim, segundo Hymer (1976) autor principal desta abordagem teórica econômica, a Teoria do Poder de Mercado justifica-se pela necessidade de estudos sobre o IDE – Investimento Direto no Exterior, motivado pelo desejo do investidos sobre o controle e poder sobre o mercado.

A Teoria do Poder de Mercado relaciona-se intimamente com os investimentos, lucros, retorno sobre a comercialização e demais fatores de ordem econômica, fatores esses que influenciam nos processos de internacionalização das empresas com relação as motivações de fusões internacionais, participações em alianças e redes estratégias de negócios (HYMER, 1976). Segundo o autor, as empresas aderem ao processo de internacionalização por razões de vantagem específica, quando as empresas não possuem vantagens específicas no país de origem, em razão de investimento defensivo para antecipação da competição e também em busca da redução de riscos no processo de diversificação de mercados e atividades em diferentes partes do mundo em que a empresa se situa.

2.2.3 Teoria da Internalização

A teoria da internalização interessa-se no processo de transação entre os mercados, voltado principalmente para questões do investimento direto no exterior. De acordo com Buckley e Casson (2016) o processo de internacionalização por meio do investimento direto é capaz de criar o próprio fluxo de produção e distribuição de materiais. Assim, a teoria da internalização considera que há uma vantagem para a empresa internalizar um novo mercado passando a controlá-lo, como o que ocorre

com grandes empresas que ao invés de depender de mão-de-obra, insumos e tecnologia provenientes de outras empresas, ela passa a incorporá-las, possuindo um controle maior e uma maximização dos lucros (DIB, 2008).

Nesse sentido a teoria da internalização (BUCKLEY; CASSON, 2016) aproxima-se muito da teoria do poder de mercado, conforme apresentado por Hymer (1976) e tem forte correlação com as teorias econômicas desenvolvidas por Coase (1937) e Williamson (1981). Ainda de acordo com Buckley e Casson (2016) a teoria da internalização possui como vantagens, a diminuição dos custos contratuais e de transação na aquisição de insumos, o controle sobre o fornecimento e o processo de distribuição, a redução da incerteza, proteção da tecnologia, proteção contra intervenção do Governo, maximização dos lucros entre outros.

2.2.4 Teoria do Paradigma Eclético

O conceito da teoria do Paradigma Eclético da Produção Internacional surgiu por Dunning (1979) que buscava uma explicação mais abrangente para a produção internacional das empresas, com relação aos fatores envolvidos no processo de decisão e avaliação do mercado exterior. O paradigma eclético explica que quando as empresas decidem a produzir internacionalmente, devem possuir primordialmente uma vantagem específica sobre seus concorrentes. Ainda de acordo com essa teoria, a produção em mercados externos deve estar vinculada a interesses econômicos, visando a melhoria da produção em escala, maximização de lucros e outros benefícios oriundos do processo de internacionalização (DUNNING, 2001). O paradigma eclético de Dunning, apoia-se três decisões – *ownership, localization, internalization*, chamados de modelo OLI, que traduzem as vantagens sobre o proprietário, a localização e a internalização, com relação as habilidades gerenciais do proprietário, as vantagens de localização em razão do acesso a recursos, e as vantagens da internalização com relação a cooperação entre as empresas, vantagens essas as quais são fundamentais no processo de tomada de decisão da firma quanto a produção internacional (FRANCISCHINI; FURTADO; GARCIA, 2015).

A inserção das empresas no mercado internacional ocorre, conforme já mencionado, em razão da interligação dos mercados e economias mundiais e para se internacionalizarem as empresas precisam adotar algumas estratégias. De acordo com Martinelli, Ventura e Machado (2004) para sobreviver no cenário internacional, às empresas precisam estar interligadas e em relacionamento com empresas de diferentes países, isso se dá por meio da participação no mercado internacional. Assim, busca-se evidenciar no próximo tópico uma aproximação entre as estratégias de internacionalização e as redes organizacionais de cooperação.

2.3 AS ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

Considerando que o processo de internacionalização está envolvido na interação das operações de uma empresa com mercado externo, as organizações internacionalizadas adotam diferentes estratégias e utilizam diferentes formas organizacionais para alcançar suas necessidades (FLEURY; FLEURY, 2007). A internacionalização das empresas, influenciada pela atual conjuntura econômico-social mundial, demanda a expansão dos negócios e com o processo de internacionalização, benefícios e vantagens podem ser percebidos pelas empresas (Quadro 2), benefícios esses que aliados a adoção de estratégias, promovem uma vantagem competitiva no mercado.

Quadro 2 – Benefícios da Internacionalização

Internacionalização de empresas
Aprendizagem e desenvolvimento de competências
Diversificação de fluxos de caixa
Posição competitiva e entendimento da concorrência
Minimizar os riscos do mercado global
Ganhos de arbitragem e negociação
Redução de riscos
Melhorias de eficiência economias de escala e escopo
Maior capacidade para concorrência
Expansão e a diversificação internacional
Acesso a recursos escassos e/ou a custos inferiores
Diversificação do portfólio geográfico

Fonte: Adaptado de Fleury e Fleury (2007); Amato Neto (2008).

As estratégias de internacionalização bem como as formas de entrada no mercado internacional podem diferir entre si e apresentarem características próprias, no entanto precisam ser coerentes com a estrutura organizacional da empresa e com os objetivos pretendidos na expansão internacional. As principais estratégias de internacionalização abarcadas pelos teóricos e que são amplamente adotadas referem-se às exportações, licenciamento, *franchising* – franquia, associações e alianças estratégicas, *joint ventures* e instalação de subsidiárias (IGLESIAS; VEIGA, 2002; GALLINA; BULBA; FLEURY, 2005; PAUL; ROSADO-SERRANO, 2019).

O processo de internacionalização por meio de exportação de produtos ou serviços é considerado como um dos primeiros passos de movimento da organização para atuação no mercado internacional. A exportação pode acontecer de duas formas, de forma direta onde a empresa exportadora é responsável por todo o processo e operação de compra e venda e de forma indireta onde a negociação e as operações são realizadas por intermédio de terceiros (GALLINA; BULBA; FLEURY, 2005).

Outra estratégia de internacionalização é o licenciamento, que de acordo com Hitt, Ireland e Hoskisson (2002) refere-se a acordos contratuais onde a empresa licencia a produção e comercialização de seus bens e serviços em retribuição financeira previamente estabelecida. Para os autores, essa estratégia pode ser considerada como menos onerosa entre as atividades de expansão internacional. Em distinção à estratégia de exportação, a estratégia de entrada internacional por meio do licenciamento envolve um número reduzido de relações organizacionais, embora da mesma forma seja necessária a interação entre outras empresas e parceiros constituídos pelas redes da organização. Nessa interligação empresarial, as organizações podem ser escolhidas por afinidade e por confiança e podem constituir uma rede profundamente original relativamente às empresas concorrentes, conferindo a si próprias um grau elevado de exclusividade. (AMATO NETO, 2008)

A estratégia de internacionalização por meio de *franchising*, é onde as unidades de negócios estão interligadas pelo direito de o franqueador utilizar o modelo de negócio, imagem da rede e as atividades da franquia. Com esse processo, segundo Amato Neto (2008), as empresas da rede de franquias podem aprofundar sua especialização, e ao nível do conjunto de rede, tornar competitivo todo o *know how* das atividades da franquia.

Outra estratégia utilizada para o processo de internacionalização constitui-se de associações e alianças estratégicas, onde duas ou mais empresas compartilham de recursos e custos para pesquisa, desenvolvimento e produção, compartilham de conhecimentos e conseguem responder de forma mais rápida às pressões do mercado (DAGNINO, 2009).

Há também a criação de *joint ventures*, que de acordo com Gallina, Bulba e Fleury (2005) as *joint ventures* podem ser consideradas como a junção de diferentes empresas, com a finalidade de vantagens econômicas e produtivas, sem que haja a fusão entre as organizações individuais. Geralmente as *joint ventures* acontecem por meio da interação entre uma empresa multinacional e uma empresa regional, implicando no fato de que ambas empresas compartilham do risco, custos e informações, porém essa interligação acontece por meio da criação de uma nova entidade, que de forma não autônoma é gerenciada pelos diferentes membros que a constituem.

Outra adoção estratégica que está relacionada ao investimento direto no exterior, é a gestão de empresas subsidiárias, sejam pela aquisição de unidades estrangeiras ou por uma nova implantação de unidade no exterior. Nessa estratégia, o controle e a gestão da unidade subsidiária são integrais por parte da organização internacional (FLEURY; FLEURY, 2007). Uma das vantagens obtidas com a instalação de subsidiárias em localidades estrangeiras é a aproximação dos mercados e consumidores e uma reconhecida influência nas demandas do mercado internacional.

Expostas as principais estratégias de internacionalização e as vantagens advindas por esse processo, pode-se dizer que a decisão pela internacionalização lança mão da necessidade de uma

minuciosa análise acerca do mercado global e das competências internas da organização, explorar novos mercados geográficos tem forte relação com o *modus operandi* das empresas, contudo vale ressaltar que há benefícios e vantagens do processo de internacionalização frente às incertezas pela sua operação (TANURE; CYRINO; PENIDO, 2007).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para realização deste estudo, utilizou-se a pesquisa de caráter descritivo, que tem por interesse a descrição das características de um determinado fenômeno ou variável analisada (GIL, 2002). Assim, esse estudo pretende evidenciar o desenvolvimento da produção científica nacional sobre a internacionalização de empresas, por meio do levantamento nos principais periódicos científicos da área.

A pesquisa caracteriza-se como um estudo bibliométrico e tem como pretensão mensurar os índices de produção acadêmica e revelar que maneiras estão sendo conduzidas as pesquisas na área de internacionalização de empresas. De acordo com Guedes e Borschiver (2005), o estudo por meio da bibliometria, quantifica a comunicação escrita em uma área específica e registra o processo, evolução e características dessa área estudada. O estudo bibliométrico pode ser realizado em diferentes fontes científicas – periódicos, obras completas, teses e outras publicações, e por meio desse levantamento torna-se possível relacionar informações sobre os principais autores na área, os temas estudados e as abordagens escolhidas para o estudo, adoção dos procedimentos metodológicos entre outras características que podem evidenciar o estado da arte na área pesquisada (ARAÚJO, 2006; FERREIRA, 2010, TURRA; JULIANI; SALLA, 2018).

De acordo com Ferreira (2010) o estudo bibliométrico é baseado em três leis clássicas, que evidenciam a frequência e produtividade dos autores (Lei de Lotka), a produtividade e grau de relevância dos periódicos (Lei Bradford), e a frequência do uso da palavra, relacionado ao tema pesquisado (Lei Zift).

Para a coleta dos dados, foram seguidas as etapas de levantamento dos periódicos científicos ranqueados pela CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, nos qualis A (1, 2) e B (1, 2), integrados na grande área de Ciências Sociais Aplicadas, na subárea de Administração, Ciências Contábeis e Turismo e conforme a atualização do ranking qualis do quadriênio 2013-2016 foram encontradas 34 periódicos nacionais específicos da área.

A partir disso, na segunda etapa do levantamento, foi realizado o acesso nas bases de dados específicas de cada periódico e iniciado a pesquisa por artigos científicos sobre o tema em estudo. A busca foi feita por meio das expressões “internacionalização”, “internationalization” e

“internacional*”, realizando a busca nos títulos, resumos (abstract), palavras-chave (keywords) e assunto. O filtro realizado permitiu uma busca completa em todos os artigos em que o tema internacionalização estivesse sendo discutido.

Outro filtro realizado é com relação ao ano de publicação, como pretende-se com esse estudo apresentar a evolução da pesquisa nacional sobre o tema, delimitou-se o período entre os anos 2000 a 2017. Este período foi delimitado em razão do recente estudo sobre internacionalização no mundo uma vez que as principais teorias sobre internacionalização surgiram após as décadas de 80 e 90. E no Brasil, não foi possível encontrar registro de publicações em periódicos científicos sobre o tema anteriormente ao ano de 2000.

Seguidas essas etapas, foram encontrados 289 artigos com o tema de internacionalização, porém após uma avaliação prévia dos documentos, 43 artigos foram descartados por não se enquadrarem à temática estudada (Ex: internacionalização da educação entre outros). Assim, resultaram 246 artigos, distribuídos em 31 periódicos científicos conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1 – Distribuição dos artigos e periódicos analisados

Periódico	Extrato	Nº Artigos	Frequência %
RAUSP – Revista de Administração da USP	A2	9	3,7%
BBR - Brazilian Business Review	A2	4	1,6%
BAR - Brazilian Administration Review	A2	10	4,1%
RAP - Revista de Administração Pública	A2	2	0,8%
RAC - Revista de Administração Contemporânea	A2	11	4,5%
O&S - Organizações & Sociedade	A2	2	0,8%
RAE - Revista de Administração de Empresas	A2	15	6,1%
Cadernos EBAPE.BR	A2	4	1,6%
RBGN – Revista Brasileira de Gestão e Negócios	A2	9	3,7%
RAM – Revista de Administração Mackenzie	B1	5	2,0%
Contextus - Revista Contem.de Economia e Gestão	B1	4	1,6%
RAI - Revista de Administração e Inovação	B1	8	3,3%
JISTEM Revista de Gestão da Tecnologia e S.I	B1	1	0,4%
BASE - Revista de Adm. e Cont. Unisinos	B1	14	5,7%
READ - Revista Eletrônica de Administração	B1	18	7,3%
Revista de Ciências da Administração	B1	10	4,1%
ReAUFMS	B1	3	1,2%
Revista de Adm. Pública e Gestão Social	B1	1	0,4%
REGEPE	B1	1	0,4%
REGE – Revista de Gestão	B1	9	3,7%
RECADM – Revista Eletrônica de Ciência Administrativa	B1	4	1,6%
Revista PRETEXTO	B2	6	2,4%
Desenvolvimento em Questão	B2	1	0,4%
Faces – Revista de Administração FACES Journal	B2	11	4,5%
G&R – Revista Gestão & Regionalidade	B2	4	1,6%
Revista Alcance	B2	1	0,4%
Gestão & Planejamento	B2	4	1,6%
Economia & Gestão	B2	1	0,4%
RIAE – Revista Ibero-Americana de Estratégia	B2	17	6,9%
Revista de Administração da Unimep	B2	4	1,6%
Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais	B2	53	21,5%
Total		246	100,0%

Fonte: os autores (2020)

A partir do levantamento e coleta dos dados, foi construído um banco de dados, com a utilização do Microsoft Excel®, considerando as informações do título do artigo, ano de publicação, autores e as respectivas instituições de ensino, temática abordada, setor de empresa estudada, tipo de pesquisa (teórica ou empírica), abordagem (qualitativa ou quantitativa) e suas respectivas técnicas ou métodos de coleta de dados, foi identificado também a abordagem teórica sobre internacionalização utilizada (econômica ou comportamental), o idioma do trabalho publicado e as palavras-chave identificadas pelos autores. Com posse dessas informações e a sistematização dos dados procedeu-se com a análise do estudo que será apresentada no tópico a seguir.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Considerando que o objetivo desse estudo é apresentar a evolução e o desenvolvimento da pesquisa nacional sobre internacionalização de empresas, a apresentação dos resultados é iniciada com a evolução da pesquisa entre os anos 2000 a 2017 (Tabela 2). Observa-se que até o ano de 2004 pouco havia sido publicado sobre internacionalização nos periódicos nacionais, o aumento de publicações deu-se a partir do ano de 2005, e de forma progressiva foi crescendo a cada ano, salvo algumas variações entre os períodos, tendo como auge os anos de 2012 e 2013, que juntos representam quase $\frac{1}{4}$ de toda a produção publicada.

Tabela 2 – Distribuição dos artigos por período

Período	Nº Artigos	Frequência %
2000	0	0%
2001	0	0%
2002	0	0%
2003	1	0%
2004	2	1%
2005	8	3%
2006	19	8%
2007	18	7%
2008	12	5%
2009	22	9%
2010	26	11%
2011	20	8%
2012	29	12%
2013	28	11%
2014	25	10%
2015	14	6%
2016	15	6%
2017	7	3%
Total	246	100%

Fonte: os autores (2020)

Ainda com relação a distribuição dos artigos por período, o Gráfico 1 exemplifica a evolução da pesquisa sobre internacionalização a partir do ano 2000 até 2017. Percebe-se que, ainda que esteja aumentando o número de publicações sobre o tema, nota-se que em alguns períodos há uma variação inferior na curva, no entanto não é possível identificar a razão deste fenômeno, visto que as publicações podem estar sendo realizadas em outros periódicos, fora do Brasil ou em periódicos nacionais de *ranking* inferior a está análise.

Gráfico 1 – Evolução temporal da pesquisa em internacionalização



Fonte: os autores (2020)

Faz-se importante retomar, que conforme apresentado na Tabela 3 com relação aos periódicos estudados, há uma certa distribuição dos artigos em todos os periódicos, sem muita diferenciação entre as revistas de estratos A2, B1 e B2, salvo exceção da Revista Eletrônica de Negócios Internacionais – Internext, vinculado a instituição de ensino ESPM, no estado de São Paulo, que é específica da temática estudada, representando dessa forma 21,5% de toda a publicação nacional encontrada. Considerando as instituições de ensino e pesquisa vinculadas a esses periódicos, temos um agrupamento geográfico em destaque, sendo que as revistas com maiores publicações estão localizadas nos estados de São Paulo, Rio Grande do Sul e Minas Gerais, o que vai de encontro com as instituições origem dos autores dos artigos, que será abordado mais à frente.

Outra informação levantada refere-se ao número de autores em cada artigo publicado, e conforme a Tabela 3, percebe-se que a maior parte dos trabalhos são realizados em conjunto de 2 a 3 autores, representando quase 70% da forma de trabalho dos autores. A minoria, 13% caracteriza-se por trabalhos individuais em seguida com aproximadamente 18% os trabalhos com mais de 3 autores, onde foram encontrados trabalhos com 4, 5 e até 6 autores por artigo. Essa informação é importante para caracterizar a forma de trabalho mais utilizado como cooperação autoral na realização dos estudos.

Tabela 3 – Distribuição dos artigos por período

Número autores	Freq. Absoluta	Freq. Relativa
1	32	13,01%
2	84	34,15%
3	85	34,55%
Mais que 3	45	18,29%
Total	246	100,00%

Fonte: os autores (2020)

Considerou-se ainda para análise, o ranking de autores que mais publicaram na área de internacionalização de empresas, dessa forma conforme Tabela 4, é apresentado todos os autores que tiveram mais de 3 publicações na área durante todo o período.

Tabela 4 – Autores com maior número de publicações

Nome Autor	Instituição de Ensino	Nº de artigos
Walter Fernando Araújo de Moraes	UFPE	12
Brigitte Renata Bezerra de Oliveira	UFPE	8
Flavia Luciane Scherer	UFSM	8
Érica Piros Kovacs	UFPE	7
Sérgio Fernando Loureiro Rezende	PUC-MG	7
Felipe Mendes Borini	ESPM	6
Ivan Lapuente Garrido	UNISINOS	6
Mohamed Amal	FURB	6
Angela França Versiani	PUC-MG	5
Clandia Maffini Gomes	UFSM	5
Dinorá Elite Floriani	UNIVALI	5
Eva Stal	UNINOVE	5
Dirceu Tornavoi de Carvalho	USP	4
Gilnei Luiz de Moura	UFSM	4
Gustavo Barbieri Lima	USP	4
Luiz Carlos Honório	Novos Horizontes-MG	4
Maria Tereza Leme Fleury	USP	4
Nadia Wacila Hanania	UNIP	4
Yeda Swirski de Souza	UNISINOS	4
Alexandre Reis Graeml	UP	3
Aurora Carneiro Zen	UFRGS	3
Eduardo P. Gondin de Vasconcellos	USP	3
Ely Laureano Paiva	UNISINOS	3
Flavia Luciane Consoni	UNICAMP	3
Graziela Dias Alperstedt	UDESC	3
Isak Kruglianskas	USP	3
Karim Marini Thomé	UNB	3
Luciana Marques Vieira	UNISINOS	3
Suzana Braga Rodrigues	FUMEC	3
Zandra Balbinot	UFPR	3

Fonte: os autores (2020)

No que se refere à temática abordada nas pesquisas sobre internacionalização, conforme Tabela 5, a maior parte dos trabalhos publicados está direcionada ao estudo do processo da internacionalização e das estratégias de internacionalização, com 72% conjuntamente, seguido das

temáticas específicas de Exportação e Comércio Exterior (5%), Inovação (4%), Recursos Humanos e Expatriação (3%), Finanças e Investimento (3%), Redes de Internacionalização (3%), Distância Cultural (2%), Empreendedorismo Internacional (2%), Política e Governo (3%), Governança (1%) e Sustentabilidade (1%). Com isso, percebe-se que a maioria dos estudos em internacionalização, estando direcionados com a estratégia e o processo de internacionalização, preocupam-se com a maneira como as empresas planejam o seu processo de internacionalização, a motivação e os modos de entrada no mercado internacional e as estratégias e planos adotados pelas empresas nesse processo de internacionalização.

Tabela 5 – Temáticas estudadas em internacionalização

Temática do artigo	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Distância cultural	5	2%
Empreendedorismo Internacional	6	2%
Estratégia de Internacionalização	44	18%
Exportação e Comércio exterior	12	5%
Finanças e Investimento	7	3%
Governança e Internacionalização	2	1%
Inovação e Internacionalização	11	4%
Política e Governo	7	3%
Processo de Internacionalização	134	54%
Recursos Humanos e Expatriação	8	3%
Redes de internacionalização	8	3%
Sustentabilidade e Internacionalização	2	1%
Total	246	100%

Fonte: os autores (2020)

Outra forma de evidenciar os temas encontrados em um estudo bibliométrico é por meio da visualização da nuvem de palavras-chave (FRANCISCO, 2011). Dessa forma, conforme ilustrado pela Figura 1, encontram-se as principais palavras identificadas nos 246 artigos analisados nesta pesquisa. Em evidência pode-se destacar as palavras: Internacionalização, empresas, multinacionais, estratégia, multinacionais, exportação, inovação, Uppsala, negócios, redes, processo, competitividade entre outras. Essa ilustração de palavras chave vai de encontro a Lei de Zipf, explicitado nos procedimentos metodológicos, que em um estudo bibliométrico é importante evidenciar a frequência das palavras encontradas esclarecendo os temas mais abordados no levantamento.

Figura 1 – Nuvem de Palavras-Chave



Fonte: os autores (2020)

Outra informação relevante para entender o desenvolvimento da pesquisa no Brasil, é identificar em quais setores e segmentos do mercado os estudos em internacionalização estão focando a atenção. Com isso, a Tabela 6 apresenta os diversos setores estudados ao longo dos últimos anos de pesquisa. O Brasil é conhecido internacionalmente como um dos “celeiros” do mundo, com relação as commodities de exportação e matérias-primas. No entanto, conforme os dados encontrados os estudos em internacionalização não estão direcionados a um único segmento de estudo, há uma diversificação de setores, tendo Agronegócio, Setores de Bebida, principalmente as vinícolas, Indústrias Alimentícias (frigoríficos e processamento de carne), mas também empresas do setor de construção pesada, indústrias automotivas, metalmecânica, indústria têxtil, cosmético, madeireira, tendo destaque o expressivo número de pesquisas do tema em empresas de base tecnológica (8%) e em empresas diversas categorizadas como pequenas e médias incorporações (10%).

Tabela 6 – Setores de estudo das empresas brasileiras

Setor de estudo	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Agronegócio	11	4%
Bebida (vinho, cachaça)	8	3%
Construção	11	4%
Cosmético	4	2%
Empresas de base tecnológica	19	8%
Empresas Multinacionais	36	15%
Exportadoras	12	5%
Franquias	9	4%
Indústria Alimentícia	12	5%
Indústria Automotiva-Mecânica	12	5%
Indústria Calçado e Couro	11	4%
Indústria Madeireira	5	2%
Indústria Manufatura	4	2%
Indústria Metal-Mineração-Petróleo	5	2%
Indústria têxtil	5	2%
Pequenas e Médias Empresas	25	10%
Setores diversos	57	23%
Total	246	100%

Fonte: os autores (2020)

A partir desse momento, inicia-se a apresentação dos resultados com relação aos procedimentos metodológicos dos estudos realizados, considerando o tipo de pesquisa (teórica ou empírica), abordagem (qualitativa ou quantitativa) e suas respectivas técnicas ou métodos de coleta de dados. A Tabela 7 apresenta que 87%, ou seja 215 dos 246 artigos encontrados é um estudo de natureza empírica e 13% constituem-se de estudos teóricos sobre o tema.

Tabela 7 – Natureza dos artigos científicos

Natureza	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Empírico	215	87%
Teórico	31	13%
Total	246	100%

Fonte: os autores (2020)

Em aprofundamento aos procedimentos metodológicos dos artigos de natureza empírica, a Tabela 8 evidencia que 68% dos artigos empíricos são caracterizados de abordagem qualitativa, enquanto 30% são quantitativos e apenas 1% declarou ser um misto entre as abordagens qualitativa e quantitativa. A justificativa encontrada na maioria dos artigos qualitativos, evidenciam que os estudos foram aprofundados e como as empresas brasileiras não possuem muita aderência a participação de pesquisas científicas por meio de entrega de relatórios, questionários e outras técnicas, grande parte dos trabalhos foram possíveis de serem realizados apenas por meio da entrevista, método de pesquisa de caráter qualitativo.

Tabela 8 – Caracterização da forma de pesquisa

Natureza	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Qualitativa	147	68%
Quantitativa	65	30%
Quali-Quanti	3	1%
Total	215	100%

Fonte: os autores (2020)

Com relação aos métodos utilizados para as pesquisas, mais da metade dos trabalhos foram realizados por meio de estudo de caso, sendo 30% estudos de caso único e 23% estudos de caso múltiplo. Foram identificados 26% de estudos exploratórios, 14% estudos realizados por meio de levantamento (survey entre outros) e 7% dos trabalhos caracterizados como descritivos.

Tabela 9 – Métodos utilizados para pesquisa

Método Utilizado	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Descritivo	15	7%
Estudo de Caso Múltiplo	49	23%
Estudo de Caso Único	65	30%
Exploratório	56	26%
Levantamento	30	14%
Total	215	100%

Fonte: os autores (2020)

As técnicas de coleta de dados, são os procedimentos pelos quais os pesquisadores utilizam para alcançar os objetivos propostos em seus estudos. Entre os 215 artigos empíricos analisados, foram encontrados 58 artigos que utilizaram apenas de entrevista para o estudo, representando 27% da totalidade, 22% dos artigos utilizaram a entrevista e análise documental (geralmente interna e relativo a empresa estudada), 20% dos artigos foram realizados por meio de dados secundários, obtidos pela internet, relatórios governamentais e entidades regulatórias entre outras formas de acesso aos dados, 12% foram realizados por intermédio de questionários e 8% foram caracterizados como técnica de survey, 6% dos trabalhos foram realizados apenas com a técnica de análise documental. Observa-se que 3% dos trabalhos encontrados sobre internacionalização são caracterizados como bibliométricos, no entanto, esses trabalhos focaram-se em setores específicos e em períodos menores, em comparados com este estudo bibliométrico.

Tabela 10 – Técnicas de coleta de dados

Técnica de Coleta de Dados	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Análise Documental	12	6%
Bibliométrico	6	3%
Dados Secundários	44	20%
Entrevista	58	27%
Entrevista / Documental / Observação	5	2%
Entrevista e Análise documental	47	22%
Questionário	25	12%
Survey	18	8%
Total	215	100%

Fonte: os autores (2020)

Conforme exposto na fundamentação teórica deste estudo, as teorias de internacionalização estão basicamente agrupadas em duas abordagens diferentes, a abordagem teórica comportamental (JOHANSON; VAHLNE, 1977) e a abordagem econômica (VERNON, 1966; HYMER, 1976; BUCKLEY; CASSON, 2016; DUNNING, 1979). Embora possam ser vistas como complementares, cada abordagem considera algumas variáveis e alguns parâmetros para o estudo do processo de internacionalização. Dessa maneira, julgou-se necessário para esse panorama científico sobre o tema, identificar qual a abordagem mais utilizada nos estudos de internacionalização no Brasil. Assim,

conforme a Tabela 11, 41% dos artigos encontrados, foram realizados utilizando os pressupostos teóricos da abordagem comportamental (Modelo de Uppsala e Escola Nórdica), 17% dos artigos seguiram os pressupostos da abordagem econômica e 43% dos artigos foram realizados considerando ambas abordagens, isso evidencia que nos estudos nacionais sobre o tema não há uma preferência alarmante sobre as abordagens teóricas.

Tabela 11 – Abordagem teóricas sobre Internacionalização

Abordagem Teórica	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Comportamental	100	41%
Econômica	41	17%
Geral (Comportamental e Econômica)	105	43%
Total	246	100%

Fonte: os autores (2020)

Outro ponto considerado como importante neste estudo, é com relação a escolha do idioma para publicação do artigo. A Tabela 12 apresenta que 193 dos 246 artigos encontrados estão publicados em língua portuguesa, 52 em língua inglesa e apenas um em língua espanhola.

Tabela 12 – Definição do idioma na publicação

Idioma	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Inglês	52	21%
Português	193	78%
Espanhol	1	0%
Total	246	100%

Fonte: os autores (2020)

Ressalta-se que os artigos de língua inglesa são em grande parte provenientes dos periódicos cujas publicações são exclusivamente em inglês (Ex: BAR, BBR...). Considera que o aumento de publicações em inglês, mesmo que nos periódicos brasileiros, seja primordial para a internacionalização da produção científica nacional e interligação com os centros de pesquisas de todo o mundo, uma vez que, os principais repositórios mundiais de pesquisa científica são em língua inglesa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A internacionalização das empresas ao permitir uma variedade de abordagens teóricas, sejam elas de bases comportamentais (Escola de Uppsala, Escola Nórdica de Negócios Internacionais) ou de bases econômicas (Teoria de Ciclo do Produto, Teoria do Poder de Mercado, Teoria da Internalização, Teoria do Paradigma Eclético) aponta para uma possível interligação com outras abordagens teóricas e uma gama de possíveis estudos sobre a temática. Por meio deste estudo

bibliométrico de caráter descritivo, foi possível identificar nos 246 artigos distribuídos em 31 periódicos científicos nacionais, as características do cenário de pesquisa de internacionalização de empresas no Brasil.

Considerando que o objetivo deste estudo foi apresentar a evolução e o desenvolvimento da produção acadêmica nacional sobre a temática de internacionalização de empresas, pode-se concluir que as pesquisas vêm mantendo um padrão de publicação anual e diversos autores e instituições de ensino mostram-se interessados no campo. Os autores dos artigos em internacionalização têm trabalhado de forma conjunta na maioria das publicações, e poucos estudos foram encontrados com autoria individual. Embora seja possível pesquisar o fenômeno da internacionalização sob diferentes temáticas, grande parte dos estudos estão voltados para o processo e as estratégias da internacionalização, isso evidencia uma gama de possibilidades de futuras pesquisas.

Com esse trabalho foi possível concluir que as publicações nacionais estão diversificadas em seu campo de estudo, não se concentrando em apenas algumas empresas e alguns segmentos de mercado, mas tendo estudos em muitos setores empresariais. Com relação a análise dos procedimentos metodológicos adotados pelos artigos pesquisados, em sua grande maioria, 87% são estudos empíricos e destes, 68% são caracterizados com uma abordagem qualitativa. Já os métodos e técnicas de coleta de dados foram identificados sob uma grande variedade, destacando-se o método de estudo de caso (único e múltiplo) e as técnicas entrevista, análise documental e dados secundários.

A internacionalização das empresas é uma área com uma vasta possibilidade de estudos e recomenda-se como campo para pesquisas futuras, explorar o processo de aprendizagem e desenvolvimento de competências no contexto da internacionalização, de que forma é realizada a redução de riscos e incertezas no processo da internacionalização e como ele é percebido pelos atores envolvidos no processo, a congruência das teorias da internacionalização com outras abordagens teóricas, e de caráter acadêmico, explorar as redes de cooperação entre autores para desenvolvimento de estudos entre as instituições de ensino no Brasil e no mundo.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, A. **Internacionalização de empresas brasileiras**: perspectivas e riscos. Elsevier, 2007.
- AMATO NETO, J. **Redes de cooperação e clusters competitivos**. São Paulo: Atlas, 2000.
- ANDERSSON, U.; JOHANSON, J. **International business enterprise**. Copenhagen Business School Press, 1997.
- ARAÚJO, C. A. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em questão**, v. 12, n. 1, p. 11-32, 2006.

BUCKLEY, P. J.; CASSON, M. **The future of the multinational enterprise**. Springer, 2016.

CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G. The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. **Journal of International Business Studies**, v. 46, n. 1, p. 3-16, 2015.

CINTRA, R.; MOURÃO, B. Perspectivas e estratégias na internacionalização de empresas brasileiras. **Revista Autor**, v. 53, 2005.

COASE, R. H. The Nature of the Firm. *Economica*, **New Series**, v. 4, n. 16, p. 386-405, 1937.

CYERT, R. M.; JAMES, G. March. 1963. **A behavioral theory of the firm**, v. 2, 1992.

DAGNINO, G. B. Coopetition strategy: a new kind of interfirm dynamics for value creation. Em: **Coopetition strategy** (pp. 45-63). Routledge. 2009.

DIB, L. A. O processo de internacionalização de pequenas e médias empresas eo fenômeno born global: estudo do setor de software no Brasil. **Universidade Federal do Rio de Janeiro**, 2008.

DUNNING, J. H. Explaining changing patterns of international production: in defence of the eclectic theory. **Oxford bulletin of economics and statistics**, v. 41, n. 4, p. 269-295, 1979.

DUNNING, J. H. The eclectic (OLI) paradigm of international production: past, present and future. **International journal of the economics of business**, v. 8, n. 2, p. 173-190, 2001.

FERREIRA, A. G. C. Bibliometria na avaliação de periódicos científicos. **DataGramaZero-Revista de Ciência da Informação**, v. 11, n. 3, p. 1-9, 2010.

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. Internacionalização das empresas brasileiras: em busca de uma abordagem teórica para os late movers. **Internacionalização e os países emergentes**, v. 1, p. 3-14, 2007.

FRANCISCHINI, A. S. N.; FURTADO, J.; GARCIA, R. Tecnologia e trajetórias de internacionalização precoce: análise de casos na indústria brasileira. **Gestão & Produção**, v. 22, n. 2, p. 267-279, 2015.

FRANCISCO, E. R. RAE-eletrônica: exploração do acervo à luz da bibliometria, geoanálise e redes sociais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 51, n. 3, p. 280-306, 2011.

GALLINA, R.; BULBA, E. A.; FLEURY, A. Processo de Internacionalização de Uma Empresa Brasileira do Setor de Autopeças: O Caso Sabó. In: **XI Seminário Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica**, 2005.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GOULART, L; ARRUDA, C. A.; BRASIL, H. V. A evolução na dinâmica de internacionalização. **Revista brasileira de comércio exterior**, v. 41, p. 31-42, 1994.

GUEDES, V. L.; BORSCHIVER, S. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. **Encontro Nacional de Ciência da Informação**, v. 6, n. 1, p. 18, 2005.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração estratégica**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

HONÓRIO, L.; RODRIGUES, S. B. Aspectos motivacionais e estratégicos na internacionalização de empresas brasileiras. **Revista de Administração de Empresas**, v. 46, n. SPE, p. 86-98, 2006.

HYMER, S. H. The International Operation of a National Firms. A Study of Direct Foreigns Investments. Cambridge; **The MIT Press**, 1976.

IGLESIAS, R. M.; VEIGA, P. M. Promoção de exportações via internacionalização das firmas de capital brasileiro. O desafio das exportações. Rio de Janeiro: **BNDES**, v. 1, p. 369-446, 2002.

JOHANSON, J.; MATTSSON, L-G. Internationalisation in industrial systems—a network approach. In: **Knowledge, networks and power**. Palgrave Macmillan, London, 2015.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J-E. The internationalization process of the firm—a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of international business studies**, v. 8, n. 1, p. 23-32, 1977.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J-E. The mechanism of internationalisation. **International marketing review**, 1990.

MAÇÃES, M. A. R.; DIAS, J. F. Internacionalização: Estudo empírico no sector do vinho do porto. **Revista Portuguesa de Gestão**, v. 16, n. 3, p. 72-90, 2001.

MARTINELLI, D. P.; VENTURA, C. A.; MACHADO, J. R. **Negociação internacional**. Atlas, 2004.

PAIVA, E. L.; CARVALHO, Jr J. M.; FENSTERSEIFER, J. E. **Estratégia de Produções e de Operações: conceitos, melhores práticas e visão de futuro**. Bookman, 2004.

PAUL, J.; PARTHASARATHY, S.; GUPTA, P. Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda. **Journal of world business**, v. 52, n. 3, p. 327-342, 2017.

PAUL, J.; ROSADO-SERRANO, A. Gradual internationalization vs born-global/international new venture models. **International Marketing Review**, 2019.

PENROSE, E. The theory of the growth of the firm. Oxford: Basil Blackwell, 1963.

SOUZA, M. T. S, MACHADO JÚNIOR, C, PARISOTTO, I. R. S, & SILVA, H. H. M. Estudo bibliométrico de teses e dissertações em administração na dimensão ambiental da sustentabilidade. **REAd. Revista Eletrônica de Administração** (Porto Alegre), v. 19, n. 3, p. 541-568, 2013.

TANURE, B.; CYRINO, A. B.; PENIDO, E. **Estratégias de internacionalização**: evidências e reflexões sobre as empresas brasileiras. Internacionalização e os países emergentes. São Paulo: Atlas, 2007.

TURRA, M. E. D.; JULIANI, L. I.; SALLA, N. M. C. G. Gestão de Processos de Negócio–BPM: Um Estudo Bibliométrico sobre a Produção Científica Nacional. **Revista Administração em Diálogo-RAD**, v. 20, n. 3, p. 46-68, 2018.

VERNON, R. International trade and international investment in the product cycle. **Quarterly journal of economics**, v. 80, n. 2, p. 190-207, 1966.

WILLIAMSON, O. E. The economics of organization: The transaction cost approach. **American journal of sociology**, v. 87, n. 3, p. 548-577, 1981.