

INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS: MAPEAMENTO E AGENDA DE PESQUISA A PARTIR DE UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO

Jéssica Bourscheid
Nathalia Berger Werlang

RESUMO

A presente pesquisa teve como objetivo realizar um mapeamento dos estudos sobre estratégias de internacionalização de empresas, identificando as principais tendências e lacunas de pesquisa, utilizando como base de pesquisa as bases de dados *Spell* e *Scielo*. Deste modo, a metodologia caracterizou-se como uma pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória. Através da análise dos 85 artigos, foi possível identificar que a maioria destes utilizou o método qualitativo e vale ressaltar, que em sua maioria, os autores possuem apenas um artigo publicado. As principais instituições que publicam sobre o tema são a Fundação Getúlio Vargas e a Universidade de São Paulo, possuindo onze artigos publicados na área. O ano de 2012, destacou-se desde o ano de 2008 quanto as publicações, tendo sido publicados onze artigos sobre o tema. A revista *Internext*, possui o maior número de publicações com 14 artigos publicados. A palavra-chave estratégia foi a mais encontrada. Deste modo, o presente estudo identificou que os estudos sobre as estratégias de internacionalização não são recentes, entretanto, como a área está em constante evolução, e é influenciado principalmente por variáveis como políticas públicas.

Palavras-chave: Internacionalização. Estratégia. Globalização. Estudo Bibliométrico.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Arantes e Furquim (2011), o processo de globalização tem motivado as organizações a investir na pesquisa de novas tecnologias e a ingressar em novos mercados, logo os investimentos internacionais realizados pelas mesmas têm gerado um grande interesse no investimento em novos empreendimentos, mesmo que estes, estejam voltados à abertura de uma nova filial ou então a aquisições do comércio internacional. É importante, destacar ainda a hipótese de a empresa ter de adaptar seus produtos para conseguir se inserir no novo mercado, levando em consideração a região e a cultura onde pretende se instalar.

Corroborando com esta afirmação Salazar, Moraes e Leite (2014), ressaltam que a partir da pesquisa em novas tecnologias a relação entre mercados têm se intensificado significativamente, pois o acesso às informações e aos materiais necessários caracterizam o processo de internacionalização como um processo em desenvolvimento constante entre empresas e novos países. Os autores acima mencionados, enfatizam ainda a visão antiga de que a internacionalização era apenas possível para empresas manufatureiras, entretanto, o setor de serviços tem ganhado cada vez mais espaço no processo de internacionalização.

De acordo com uma pesquisa realizada pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) durante os meses de janeiro a março de 2016, pode-se mapear os principais desafios no processo de internacionalização e quais os países com maior potencial para a exportação. Logo, pode-se identificar a importância da internacionalização para as empresas brasileiras, principalmente de grande e médio porte, visto que, das 229 empresas participantes da pesquisa, 64% das empresas atuam no mercado externo. Além disso, os países com maior preferência pelas empresas brasileiras à abertura de novos mercados nos próximos três anos, são os Estados Unidos, a Colômbia, o México, a Argentina e os Emirados Árabes Unidos. E por fim, as principais dificuldades encontradas nos novos mercados são a prospecção de novos parceiros no exterior, conhecer a legislação e procedimentos do país e ainda, escolher a forma correta de entrar no novo mercado (APEX-BRASIL,2016).

Deste modo, Monticelli et al. (2017), ressaltam que os estudos acerca da internacionalização possuem seu foco na atmosfera institucional do país de origem, porém, os estudos mais recentes possuem o objetivo de identificar como os países de destino influenciam

na tomada de decisões das empresas que decidem se internacionalizar. Deste modo, a internacionalização é um fator muito relevante às instituições, pois torna-se uma vantagem competitiva no momento em que compartilham os benefícios adquiridos no sistema institucional onde estão conectadas e por consequência, a criação de uma rede de relacionamento e o compartilhamento de experiências, entre erros e acertos.

Sendo assim, o presente estudo possui como problema a seguinte questão: quais são as principais tendências e lacunas de pesquisas sobre estratégias de internacionalização de empresas? Logo, este estudo tem como objetivo realizar um mapeamento dos estudos sobre estratégias de internacionalização de empresas, identificando as principais tendências e lacunas de pesquisa, utilizando como base de pesquisa as bases de dados *Spell e Scielo*. O estudo contribui para fundamentar estudos já realizados acerca do tema e tem como finalidade a publicação do mesmo em revistas específicas sobre o assunto, fortalecer as bases de estudos e ainda incentivar novas pesquisas referente ao assunto.

O presente estudo estrutura-se em cinco subtítulos. O primeiro subtítulo, a introdução - traz uma síntese geral do presente estudo; o segundo subtítulo traz o referencial teórico, caracterizando as estratégias de internacionalização, abordando os principais conceitos sobre o tema e ainda, traz os estudos mais recentes acerca do assunto. No terceiro subtítulo estão os procedimentos metodológicos, caracterizando a metodologia empregada na coleta e análise dos dados, o quarto subtítulo descreve a apresentação e análise dos resultados obtidos através do presente estudo bibliométrico; e por fim, aparece o quinto subtítulo com as considerações finais acerca dos resultados obtidos e sugestões para futuras pesquisas.

2 GLOBALIZAÇÃO

A globalização influencia de maneira significativa na expansão internacional de empreendimentos, logo, este fenômeno interfere na política, na economia e na cultura local, entretanto, de acordo com Mariotto (2007), a globalização tem reações diversas no campo onde está inserida, pois, impulsiona o comércio, o padrão de vida e de desenvolvimento de países menos desenvolvidos. Contudo, há também aqueles que afirmam que a globalização é apenas mais uma força do capitalismo, onde as empresas se aproveitam dos consumidores criando necessidades até então não observadas.

Entretanto, outros períodos da história mundial já passaram por momentos de crescimento internacional acelerado, como destaca Mariotto (2007), no século XV na época dos conquistadores, no século XIX durante a Revolução Industrial na Inglaterra e finalmente, durante o século XX após o final da Segunda Guerra Mundial, impulsionados por instituições financeiras contribuindo para facilitar os trâmites financeiros entre os países.

Desse modo, Cavusgil, Knight e Riesenberger (2010), afirmam que a globalização teve influência direta na abertura dos mercados internacionais, e consequentemente, na oportunidade das empresas se internacionalizarem, sendo que, estas possuem uma presença muito significativa em todas as regiões comerciais, tendo como objetivo manter e melhorar a sua vantagem competitiva.

Todavia, apesar do grande crescimento da internacionalização, poucos são os estudos aprofundados sobre as estratégias utilizadas por empresas menores, logo, Paiva et al (2015), ressaltam que ao compreender as estratégias empregadas por estas empresas é possível fundamentar novos estudos e políticas que incentivem estas a buscar a internacionalização, para que assim torne-se possível identificar no desempenho empresarial fatores que contribuam ou que dificultem a internacionalização de empresas de menor porte.

Por consequência, Freitas et al (2016), afirmam que o aumento dos investimentos no exterior, levando em consideração os processos de aquisição e fusão de instituições e o alto investimento na produção e tecnologia das mesmas geram uma alta competição e uma corrida na busca por inovação e este fator influencia os sistemas de pesquisa e desenvolvimento

mundial, pois faz com que as instituições estejam a todo o momento em busca de melhorias e consequentemente, entregando aos seus consumidores produtos com mais qualidade.

Deste modo, pode-se perceber como a globalização influenciou de maneira significativa nas estratégias de internacionalização das organizações, visto que, os estudos acerca deste tema proporcionam diversos resultados importantes às organizações, pois em cima destes resultados as organizações decidem quais os métodos que serão utilizados para otimizar sua internacionalização, entretanto, deve-se analisar de maneira minuciosa todos os aspectos voltados à esta área e para isto, as Teorias de Internacionalização, abordadas no próximo tópico, auxiliam os gestores a compreender de maneira mais simples como devem proceder durante o processo de internacionalização.

2.1 TEORIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

A maneira escolhida pela empresa para entrar no mercado internacional deve ser muito bem elaborada, conforme estudos de Anderson e Gatignon (1986), que afirmam que devem ser levados em consideração as características e os produtos da empresa e ainda, observar seriamente suas vantagens e desvantagens em relação ao mercado concorrente. Vale ressaltar que o controle da empresa deve ser muito rígido, pois ele tem o poder de influenciar decisivamente nas ações tomadas ou não, pela empresa.

Logo, de acordo com Dunning (1988), em sua teoria econômica, o Paradigma Eclético, em sua forma original, afirmava que a extensão, a forma e o padrão de internacionalização era determinado por três conjuntos de vantagens percebidas pelas empresas, a localização, a propriedade (*ownership*) e a internalização. A localização influencia na competitividade quanto à sua natureza e/ou nacionalidade e ainda, compensa os custos de instalação e operações estrangeiras, a propriedade (*ownership*) determina quais as particularidades de cada empresa, seus pontos fortes, e em quais pontos possuem vantagem perante aos seus concorrentes. Já a internalização indica - através dos custos, a viabilidade de fazer: gerar e/ou explorar suas vantagens internamente, ou comercializá-las.

Por outro lado Johanson e Vahlne (2001), em sua abordagem comportamental da internacionalização ressaltam que o modelo está baseado em observações empíricas dos estudos sobre negócios internacionais da Universidade de Uppsala, que afirmam que as empresas suecas desenvolvem suas operações internacionais lentamente, e não realizando grandes investimentos na produção estrangeira, entretanto, a distância psíquica é definida como a soma de fatores que impedem o fluxo de informação para os mercados, como por exemplo, através do idioma, da educação, das práticas de negócios, da cultura e do desenvolvimento industrial.

O modelo da Uppsala criou uma rede de relacionamentos (*network*) afirmam Hilal e Hemais (2002), pois desenvolveu uma referência nas indústrias, tendo como foco os relacionamentos entre as empresas e o mercado, porém, é importante ressaltar que o objetivo da teoria era compreender o procedimento geral do mercado, entretanto, a internacionalização é considerada uma variável que não depende somente da empresa em questão e sim, de outras empresas, que possuem visões diferentes da empresa inicial.

Segundo Johanson e Vahlne (2003), durante a década de 60, Sune Carlson criou um programa de pesquisa sobre negócios internacionais na Universidade de Uppsala, tendo como objetivo explicar a dependência da indústria Sueca nos mercados internacionais, o estímulo da integração econômica europeia e também a entrada de empresas norte americanas no mercado europeu, e por consequência, mudando a situação competitiva das empresas suecas, observando se houve diferenças entre empresas que operam internacionalmente entre aquelas que operam exclusivamente em seu mercado interno.

Agregando valor ao comentado, Johanson e Vahlne (2009), afirmam que o sucesso de uma empresa exige que esta esteja bem estabelecida para, assim, construir um relacionamento, confiança e compromisso com outras empresas. Desta maneira, é perceptível que o

conhecimento é adquirido a partir das experiências vividas pela empresa e seus gestores, o que conseqüentemente, cria uma visão diferenciada do mercado, o que possibilita desenvolver de maneira diferenciada as operações empresariais.

Logo, os autores ressaltam que através de pesquisas sobre as redes de negócios é possível afirmar que as empresas possuem um acesso privilegiado a informações sobre seus parceiros e sua rede de negócio, sendo assim, reconhecer as oportunidades do mercado é um resultado das atividades de negócios que somam experiência ao conhecimento obtido pela empresa, tendo em vista que o conhecimento dos recursos internos e externos é imprescindível à empresa (JOHANSON; VAHLNE,2009).

Desta forma, os autores afirmam que a internacionalização é dependente dos relacionamentos e da rede de empresas, sendo assim, a empresa irá pesquisar no exterior as bases de relações com parceiros comprometidos em desenvolver o negócio através da internacionalização. Para a internacionalização das empresas é importante relembrar que através da pesquisa no exterior a probabilidade de encontrar novas oportunidades de negócios é muito significativa, entretanto, a confiança e o compromisso entre as empresas não se baseiam apenas em acordos formais e sim, em experiências que possuem em comum, e normalmente, satisfatórias, se não, bem-sucedidas (JOHANSON; VAHLNE,2009). Em suma, este subcapítulo teve como objetivo levar ao leitor a história atrás das estratégias de internacionalização, de onde estas ideias surgiram e assim, o subcapítulo a seguir, leva ao autor novos estudos acerca do tema.

2.2 ESTUDOS RECENTES SOBRE ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

A internacionalização é um assunto que já possui muitas pesquisas científicas em todo o mundo, e além disto, está em constante desenvolvimento, sendo assim, o presente estudo teve como base uma pesquisa bibliométrica para identificar os estudos mais recentes acerca do tema em questão, e serão abordados a seguir.

Sendo assim, Paiva et al (2015), em seu artigo visa analisar as interferências do ambiente interno e externo a organização e como eles interferem nas estratégias de exportação das organizações. Desta maneira, para identificar estes fatores, os autores utilizaram uma pesquisa bibliográfica em artigos focados na exportação publicados entre 1990 e 2013, entretanto, os artigos utilizados foram selecionados a partir de três pesquisadores da área e levando em consideração os artigos publicados na língua inglesa, foram selecionados 37 artigos, para fundamentar a pesquisa.

Deste modo, a pesquisa de Paiva et al (2015), teve como resultado a identificação de oito estratégias utilizadas pelas organizações com o intuito de exportar, são elas: canais, inovação, oferta de serviço, parcerias, posicionamento, preço, produto e ainda, produção. Entretanto, há ainda inúmeros fatores que influenciam no sucesso de determinada estratégia, e o que também influencia é o mercado de origem da organização, os fatores econômicos, socioculturais e governamentais. Logo, as empresas multinacionais têm suas estratégias divulgadas e influenciam outras empresas a utilizá-las para entrar no mercado internacional, porém, o número de exportação de organizações de menor porte está aumentando e estão obtendo sucesso em suas campanhas.

Para acompanhar, Calderón, Guedes e Carvalho (2016), discorrem sobre os desafios e oportunidades que os brasileiros encontram ao se depararem com culturas diferentes, durante o processo de expatriação. A pesquisa possui uma natureza qualitativa, e iniciou com uma pesquisa bibliográfica para a fundamentação teórica e para validar a fundamentação teórica, foi realizada uma entrevista em profundidade com 27 questões, divididas em seis seções, com 16 brasileiros, que já haviam sido expatriados.

O resultado da pesquisa evidenciou alguns pontos de fragilidade dentro das organizações no processo de desenvolvimento de competências interculturais, porém, cada

colaborador visualiza de maneira distinta a oportunidade da expatriação. Desta forma, foi possível identificar que o crescimento profissional e pessoal a partir da oportunidade de expatriação foi um divisor de águas na vida dos entrevistados, logo algumas características brasileiras facilitaram o processo de socialização, como por exemplo a flexibilidade, a facilidade de comunicação e o otimismo (CALDERÓN, GUEDES; CARVALHO,2016).

Ao pensar na internacionalização de empresas, conseqüentemente deve-se pensar na maneira que o governo influencia nestas transações, e neste contexto, Coelho e Oliveira Jr. (2016), realizaram uma pesquisa para identificar como a internacionalização influencia no relacionamento entre empresas e governo, visto que, a internacionalização passou a ser classificada como um problema público. A pesquisa classificada como qualitativa, teve sua fundamentação em pesquisas bibliográficas e na coleta de dados secundários.

Sendo assim, o artigo teve como resultado a confirmação de que a internacionalização é mediadora entre empresas e governos, especialmente nos países emergentes, onde o governo incentiva as empresas a exportar seus produtos pois influencia de maneira positiva na economia do país, deste modo, o presente estudo afirma que a internacionalização é um problema público e está associada ao desenvolvimento econômico de cada país (COELHO; OLIVEIRA JR., 2016).

Izumi, Pachicoski e Ogasavara (2016), em seu artigo sobre a literatura acerca dos negócios internacionais dos últimos 40 anos, incorporando o tema cidades globais como base na construção de novos estudos sobre o tema. Para a elaboração do artigo, foram utilizadas duas etapas, a primeira, levantamento de dados das principais áreas de pesquisa e artigos seminais sobre o assunto, que se baseia na geografia econômica e em estudos urbanos. A pesquisa teve cunho exploratório, e uma abordagem quantitativa, e o método de pesquisa utilizado foi a pesquisa bibliométrica.

O presente estudo teve como resultado a afirmação de que são poucos os estudos sobre o tema, ressaltando as abordagens e a relação entre as vantagens de localização e características exclusivas de empresas multinacionais. Entretanto, contribuiu para compreender as estratégias contemporâneas sobre a internacionalização das organizações ressaltando a importância da relação entre as teorias de negócios internacionais e a geografia econômica (IZUMI; PACHICOSKI; OGASAVARA,2016).

Monticelli et al (2017), abordam em seu artigo como as instituições formais tendem a influenciar a internacionalização de outras instituições de países emergentes. A pesquisa de cunho qualitativa, possui uma abordagem descritiva como estudo de caso, e a coleta de dados ocorreu através de entrevistas semiestruturadas realizadas com 21 representantes de instituições formais e do departamento de internacionalização de empresas e com pesquisas em materiais bibliográficos sobre o assunto.

Conseqüentemente, o estudo de Monticelli et al (2017), teve como confirmação a influência de empresas formais no setor das vinícolas brasileiras, através do aprendizado, das redes de relacionamento, do conhecimento do mercado, das reduções dos custos, da internacionalização dos métodos de produção e da imagem do país perante seus consumidores nacionais e como exportador à novos mercados. Entretanto, a burocracia e a criação de barreiras para o início da exportação de uma nova empresa, favorece as empresas que já estão a mais tempo no ramo.

Deste modo, pode-se observar que os estudos recentes sobre o tema de estratégias de internacionalização possuem características semelhantes e o objetivo de acrescentar e melhorar as pesquisas referentes ao assunto. Logo, notou-se que a maioria dos estudos abordou as estratégias de internacionalização e como esta auxilia as pequenas e grandes empresas a se fixarem nos mercados externos, sendo assim, não restam dúvidas acerca da importância dos estudos desenvolvidos na área e como eles são fundamentais aos gestores na decisão de iniciar a internacionalização de suas empresas.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo teve como base uma pesquisa qualitativa, descritiva e exploratória. Considera-se qualitativa pois, consiste em uma pesquisa voltada ao estudo de campo, estudos de caso, pesquisa-ação ou pesquisa participante, nestes casos, os resultados são tabulados e posteriormente analisados de acordo com seu objetivo inicial (GIL, 2008); descritiva, pois faz menção às características, análise dos dados e dos indicadores acerca dos estudos sobre as estratégias de internacionalização; e por fim, exploratória, pois possui sua pesquisa voltada à preparação de questões ou então, de um problema, com finalidade de criar proposições, familiarizar o autor com o fato, para no futuro criar novas pesquisas e clarear conceitos acerca das estratégias de internacionalização. (MARCONI; LAKATOS, 2003).

A metodologia de pesquisa bibliométrica e a análise dos resultados foi o passo seguinte. A análise dos resultados, segundo Teixeira (2003), é caracterizada como a etapa que leva o pesquisador a tomar conclusões acerca da pesquisa, confrontando a teoria com a pesquisa de campo. Sendo assim, a pesquisa bibliométrica de acordo com Yoshida (2010), caracteriza-se como um método de analisar o profundamente o conteúdo bibliográfico pesquisado, de maneira a sintetizar quantas vezes determinado termo aparece nas publicações ou quantas publicações possuem determinado termo, no caso, estratégias de internacionalização.

O objeto de estudo deste artigo possui como base os artigos científicos sobre as estratégias de internacionalização, encontradas na base de dados *Spell* e *Scielo*, cuja pesquisa foi realizada no dia 14 de março de 2018, mediante a inclusão da expressão “internacionalização”. Foram encontrados 641 resultados na base de dados *Spell*, deste modo para filtrar os artigos foi utilizada a expressão “estratégias de internacionalização”, e assim, foram encontrados 143 resultados, e para reduzir o número de artigos foram utilizados os seguintes filtros: resumo, área de conhecimento – administração, idioma – português e por fim, artigos a partir de 2008, sendo assim, foram encontrados 86 artigos a serem analisados. Na base de dados *Scielo*, foi utilizada a mesma expressão para a pesquisa e os filtros utilizados foram: resumo, áreas temáticas – ciências sociais aplicadas, idioma – português e artigos publicados a partir de 2008, resultando em 14 artigos, entretanto, alguns artigos estavam repetidos e foram desclassificados, somando-se 85 artigos analisados na planilha bibliométrica.

A Tabela 01 demonstra, de forma sucinta, os filtros que foram utilizados para a amostragem dos artigos utilizados.

Tabela 01. Filtros utilizados na pesquisa na base de dados *Spell* e *Scielo*

Base de dados <i>Spell</i>	Total	Base de dados <i>Scielo</i>	Total
Palavra-chave “internacionalização”	641	Palavra-chave “estratégias de internacionalização”	64
Palavra-chave “estratégias de internacionalização”	143	Filtro “resumo”	64
Filtro “resumo”	109	Áreas temáticas – Ciências Sociais Aplicadas	33
Área de Conhecimento – Administração	117	Idioma – Português	16
Idioma – Português	107	Ano de publicação – a partir de 2008	14
Ano de publicação – a partir de 2008	86	Artigos repetidos	12
Artigos repetidos	3	Total de artigos	02
Total de artigos	83		
Total artigos analisados			85

Fonte: Elaborada pela autora (2018).

Com a finalidade de analisar dados acerca das estratégias de internacionalização, elaborou-se uma planilha no Excel onde foram apuradas a natureza das pesquisas, a fonte da coleta dos dados, as abordagens acerca do objeto de pesquisa, a metodologia dos artigos, o número e gênero dos autores, quais os autores e as instituições que possuem o maior número de publicações na área e quais as estratégias utilizadas pelos autores em suas pesquisas.

Desta forma, ao mapear os 85 artigos utilizados na pesquisa bibliométrica, os mesmos foram analisados e criaram uma ficha classificatória, utilizando a técnica de análise de conteúdo, que de acordo com Gil (2008), visa organizar, explorar e interpretar os artigos selecionados, deste modo, criando quadros e gráficos que de maneira simples explicam os resultados obtidos através da pesquisa.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Através da análise dos 85 artigos consultados, foi possível analisar os dados encontrados através de definições, tabelas e gráficos. Deste modo, este capítulo explana os resultados obtidos através do diagnóstico bibliométrico, através dos autores, da quantidade de artigos publicados, dos periódicos que mais publicaram e também dos métodos utilizados na pesquisa.

4.1 BIBLIOMETRIA

Desta maneira, a bibliometria é caracterizada por Yoshida (2010), como uma ferramenta de análise de pontos de vista diferentes, tendo como objetivo a identificação de novos assuntos, esta ferramenta possibilita o processo da tomada de decisões, a partir da análise e organização dos dados que influenciam de maneira significativa nos resultados finais.

Desta maneira, a partir da planilha elaborada através do Excel e através da pesquisa nas bases de dados *Spell* e *Scielo*, foram encontrados 85 artigos, que no total encontrou-se 199 autores, sendo estes, 41,21% do gênero feminino e 58,79% do gênero masculino. Neste contexto, pode-se observar também uma quantidade significativa de periódicos que possuem artigos sobre o assunto pesquisado publicados, obtendo um total de 43 periódicos diferentes. É importante destacar a relação entre o Brasil e outros países no processo de elaboração de artigos sobre o tema, obtendo-se assim, um total de 07 países, junto com o Brasil, e ainda, 16 estados brasileiros que publicam sobre o assunto, e conseqüentemente, as Instituições que publicam sobre o tema somam-se 103 Instituições entre nacionais e internacionais. Desta forma, a Tabela 02 apresenta uma síntese dos resultados gerados pelos artigos analisados.

Tabela 02. Síntese dos resultados obtidos.

Critérios	Quantidade
Artigos	85
Autores	199
Periódicos	43
Países	07
Estados Brasileiros	16
Instituições	103

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

O Gráfico 01 apresenta a ordem cronológica da publicação dos artigos analisados e notou-se o crescimento de publicações nos últimos 10 anos, entretanto, possuindo pequenas oscilações.

Gráfico 01. Publicações de artigos nos últimos anos.



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Vale destacar que, a nível internacional, as estratégias de internacionalização brasileiras já possuem pesquisas desde a década de 90, ou seja, não é um assunto novo na área de pesquisa. Entretanto, os artigos analisados foram publicados a partir de 2008, e este tema está em constante transformação, influenciadas por questões do cotidiano e pela postura dos gestores. Sendo assim, pode-se perceber que desde o ano de 2008 houve um crescimento de publicações alcançando o auge no ano de 2012, com 11 artigos publicados na área, deste modo, ressalta-se o estudo de Furquim (2012), intitulado “Padrão de Concorrência na Indústria de *Commodities*: Um Estudo Internacional Envolvendo Empresas Produtoras de Zinco”, publicado na Revista do Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial da Universidade Estácio de Sá (ADM.MADE), avaliando a adesão da indústria internacional de zinco ao padrão de concorrência da indústria de *commodities*, e além disso, destacar as estratégias de inovação e internacionalização utilizadas pelas empresas do ramo.

No ano de 2013 houve uma diminuição nas publicações de artigos sobre o assunto, deste modo, destacou-se o artigo de Alvarado (2013), sobre “A Internacionalização da Pequena e Média Empresa Brasileira: O Caso da Indústria de Máquinas-Ferramenta”, publicado na revista BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos, que teve como objetivo principal conhecer o processo de internacionalização de empresas do ramo de máquinas-ferramenta mapeando semelhanças e diferenças durante o processo e os pontos analisados para a tomada de decisões e quais as principais dificuldades para ingressar no mercado externo.

Entretanto, a partir do ano seguinte, notou-se novamente um crescimento nas publicações acerca do tema estudado, alcançando o número de 11 artigos publicados no ano de 2017, enfatizando o artigo de Costa e Figueira (2017), sobre o “Risco Político e Internacionalização de empresas: Uma Revisão Bibliográfica”, publicado no Caderno EBAPE.BR, e que teve como objetivo analisar a influência dos riscos políticos durante um processo de internacionalização. Sob o mesmo ponto de vista, a Tabela 03 apresenta a quantidade de publicações por autor.

Tabela 03. Quantidade de publicações por autor.

Quantidade de Autores	% de Autores	Quantidade de Artigos
183	92%	1
14	7%	2
1	0,5%	3
1	0,5%	5

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Nesta análise, computou-se a quantidade de artigos publicados por cada autor na área de estratégias de internacionalização, deste modo, observou-se que há um grande número de autores na área, entretanto, dos 199 autores mapeados, vale ressaltar que 41,21% dos autores são do gênero feminino e 58,79% são do gênero masculino. Deste modo, 183 autores possuem apenas um artigo publicado. Seguindo esta análise, 14 autores publicaram dois artigos, Jefferson Marlon Monticelli publicou três artigos nas seguintes revistas: Revista Alcance (2013), Revista de Administração da UNIMEP (2015), e ainda, na Revista Brasileira de Gestão e Negócios (2017), deste modo, apenas Walter Fernando Araújo de Moraes, publicou cinco artigos, entretanto, é importante destacar que cada artigo foi publicado em uma revista diferente, neste caso, sendo publicados nas seguintes revistas: Cadernos EBAPE.BR (2009), INTERNEXT – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (2012), Revista Gestão e Planejamento (2012), Administração de Ensino e Pesquisa (2014), e por fim, a Revista Pensamento Contemporâneo em Administração (2017), desta maneira, pode-se notar que há muitos autores na área, porém com poucos artigos publicados.

Esta análise é explicada através da Lei de Lotka, que de acordo com Voese e Mello (2013), poucos autores possuem muitos artigos publicados e a maioria dos autores possui

poucos artigos publicados, ou seja, a frequência de publicações produz uma confiabilidade maior nas pesquisas e estimula os autores a construírem novas pesquisas. Deste modo, na Tabela 04, destaca-se a Revista Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais, como o periódico que possui o maior índice de publicação acerca do tema pesquisado, somando um total de 14 publicações. Este periódico possui como foco a publicação de artigos sobre Negócios Internacionais e todas as áreas que o envolvem e possui como finalidade garantir a qualidade de suas publicações.

Por conseguinte, destaca-se a Revista Ibero-Americana de Estratégias (RIAE) com sete artigos publicados e em seguida a Revista Alcance com quatro artigos publicados, como também as Revistas Estratégia e Negócios, BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos, RAE – Revista de Administração de Empresas, Cadernos EBAPE.BR e a Revista de Negócios com três artigos publicados sobre o tema estudado, vale ressaltar que houve mais revistas na pesquisa, entretanto, com quantidade menor de publicações, no caso, duas ou apenas uma publicação sobre o assunto, como se pode perceber na Tabela 04.

Tabela 04. Principais periódicos com publicações dos artigos analisados.

Periódicos	Publicações
Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais	14
RIAE – Revista Ibero-Americana de Estratégias	07
Revista Alcance	04
BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos	03
Cadernos EBAPE.BR	03
Estratégia e Negócios	03
RAE - Revista Administração de Empresas	03
Revista de Negócios	03
Revista de Administração FACES	02
Revista Ciências Administrativas	02
Revista Brasileira de Gestão de Negócios	02
RAUnP - Revista Eletrônica do Mestrado em Administração da Universidade Potiguar	02
Revista de Gestão	02
Contextus Revista Contemporânea de Economia e Gestão	02
REAd - Revista Eletrônica de Administração	02
Gestão & Regionalidade	02
Revista Brasileira de Inovação	02
Outros Periódicos	01

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Apesar da grande diferença na quantidade de publicações entre os periódicos, cabe ressaltar que todos estão voltados ao mesmo assunto e suas ramificações demonstrando o objetivo e sugestões de novas pesquisas acerca do assunto.

Deste modo, o Gráfico 02 evidencia os estados brasileiros que possuem o maior número de publicações com o tema de pesquisa, destacando-se o estado de São Paulo, com 48 publicações, seguido do Rio Grande do Sul com 26 publicações e sequencialmente, Santa Catarina com 24 publicações, Rio de Janeiro e Minas Gerais com 15 publicações, Paraná com 14 publicações, Pernambuco com 12 publicações, Bahia e Rio Grande do Norte com 04 publicações, Ceará com 02 publicações e Alagoas, Mato Grosso do Sul, Paraíba, Piauí, Sergipe e o Distrito Federal com apenas uma publicação acerca do assunto estudado.

Gráfico 02. Estados brasileiros que publicam sobre as estratégias de internacionalização.



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Sendo assim, pode-se perceber que os estados acima mencionados fazem parte de um grupo que estimula a pesquisa em estratégias de internacionalização, pois grande parte de suas economias são influenciadas pelas empresas e/ou indústrias neles estabelecidos, e conseqüentemente, através do incentivo a novas pesquisas, as empresas acabam sendo presenteadas com novas ideias, novos resultados que podem incentivar e melhorar os próprios resultados.

Quadro 01. Instituições com o maior número de publicações.

Ranking	Instituições Brasileiras	Estados	Quantidade
1	Fundação Getúlio Vargas	Santa Catarina	11
2	Universidade de São Paulo	São Paulo	11
3	Universidade de Pernambuco	Pernambuco	07
4	Escola Superior de Propaganda e Marketing	São Paulo	06
5	Universidade do Vale do Rio dos Sinos	Rio Grande do Sul	06
6	Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade	São Paulo	05
7	Universidade Nove de Julho	São Paulo	05
8	Universidade Federal do Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	04
9	Faculdade Novos Horizontes	Minas Gerais	04
10	Pontífica Universidade Católica de São Paulo	São Paulo	04
11	Universidade Estadual de Campinas	São Paulo	04
12	Universidade Federal da Bahia	Bahia	04
13	Universidade Federal de Santa Maria	Rio Grande do Sul	04
14	Universidade Federal do Paraná	Paraná	04
15	Universidade Federal Fluminense	Rio de Janeiro	04
16	Universidade Presbiteriana Mackenzie	São Paulo	04
17	Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas	Rio de Janeiro	02
18	Grupo Uniasselvi / Assevim	Santa Catarina	02
19	Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais	Rio de Janeiro	02
20	Pontífica Universidade Católica do Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	02
21	Universidade Paulista	São Paulista	02
22	Universidade do Sul de Santa Catarina	Santa Catarina	02
23	Universidade Estadual do Paraná	Paraná	02
24	Universidade Federal de Lavras	Minas Gerais	02
25	Universidade Federal do Vale do São Francisco	Pernambuco	02
26	Universidade Federal Rural do Semi-Árido	Rio Grande do Norte	02
27	Universidade Positivo	Paraná	02
28	Outras Instituições		01
	Instituições Internacionais	Países	Quantidade
01	University of Manchester Institute of Science and Technology	Inglaterra	02
	Outras Instituições		01

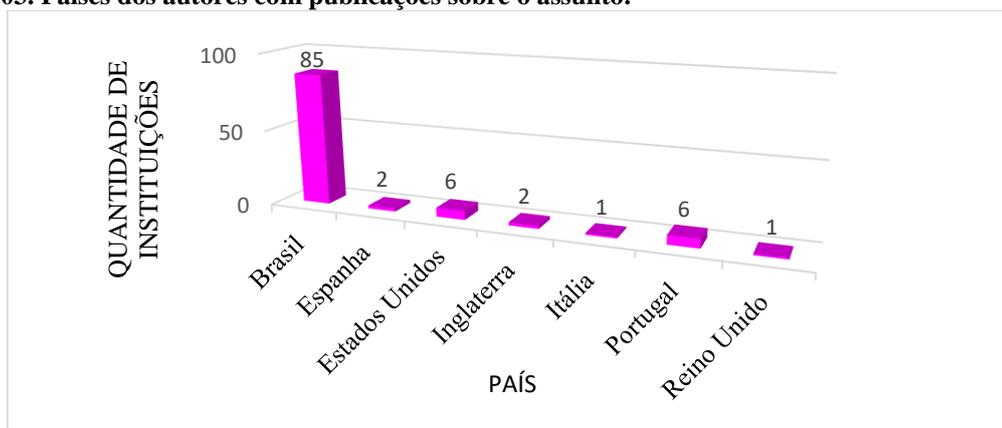
Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Deste modo, o Quadro 01 evidencia as principais instituições brasileiras que pesquisam sobre as estratégias de internacionalização. Neste sentido, se destacam as Universidades que possuem o maior número de publicações sobre as estratégias de internacionalização, dentre as 102 Universidades encontradas na pesquisa, a Fundação Getúlio Vargas e a Universidade de São Paulo possuem 11 artigos publicados sobre o tema, seguidas da Universidade de Pernambuco com 07 artigos publicados; vale ressaltar que estas instituições possuem campos de pesquisas em graduações e pós-graduações voltadas ao tema pesquisado.

Ao analisar o Quadro 01 é importante mencionar que houve algumas instituições internacionais que, em sociedade com instituições brasileiras, publicaram sobre o tema estudado, nesse caso, resalta-se a *University of Manchester Institute and Technology*, da Inglaterra, com 02 artigos publicados. Destaca-se o artigo de Oliveira et al (2009), “Processo de Formação de Estratégias Internacionais na Fruticultura Brasileira: Uma Abordagem Integrada”, publicado no periódico Cadernos EBAPE.BR em sociedade com a Universidade Federal de Pernambuco, que teve como finalidade analisar o processo de internacionalização do Grupo *Fruitfort*, e identificar características dos modelos teóricos utilizados. A pesquisa teve como resultado a identificação da liderança e a cultura da empresa como a principal vantagem competitiva do grupo.

Seguindo o raciocínio da importância da sociedade entre instituições, o Gráfico 03 apresenta os países que possuem sociedade com instituições brasileiras no ramo de pesquisas de estratégias de internacionalização, como no caso da Espanha, Estados Unidos, Itália, Portugal e Reino Unido.

Gráfico 03. Países dos autores com publicações sobre o assunto.



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Sendo assim, a partir da análise do Gráfico 03, foi possível destacar que o Brasil possui o maior número de artigos publicados acerca do assunto, pois como o foco de pesquisa foi de âmbito nacional, consequentemente, o maior número de publicações será no Brasil, entretanto, é muito importante a sociedade entre instituições para a publicação de novas pesquisas sobre o tema, pois cada país possui um olhar diferenciado sobre o assunto. Deste modo, Kirchof e Lacerda (2012), afirmam que a definição de expectativas e a contribuição de cada integrante é fundamental para a publicação do artigo finalizado.

4.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO

A partir da pesquisa realizada pode-se destacar as palavras-chave mais encontradas, e para as compreender melhor, foram separadas em três áreas, internacionalização, empresas e setores, sendo assim, as palavras-chave que mais se destacaram estão expostas na Tabela 05.

Deste modo, observa-se que a palavra-chave que surgiu o maior número de vezes, foi ‘estratégia’, aparecendo em 36 artigos, seguida de ‘vantagem competitiva’, que apareceu em 09

artigos e, por fim ‘exportação e multinacionais’ que apareceram em 09 e 08 artigos, respectivamente, e de maneira menos relevante os setores onde as pesquisas foram elaboradas. E ainda, no total a palavra-chave ‘internacionalização’ teve 58 variações, a palavra-chave ‘empresas’, teve 60 variações e por fim, os ‘setores empresariais’ que foram encontrados em 22 artigos.

Tabela 05. Principais palavras-chave separadas por áreas.

Palavra-Chave	Variações	Subtotal	Total
Internacionalização	Exportação	10	58
	Multinacionais	10	
	Empresas	09	
	Investimento	06	
	Negócios Internacionais	05	
	Inovação	04	
	Dimensão Cultural	04	
	Expatriação	03	
	Competição	02	
	Desenvolvimento	02	
	Marketing Internacional	02	
Cadeias Produtivas	01		
Estratégias Empresariais	Estratégia	36	60
	Vantagem Competitiva	11	
	Gestão de Pessoas	04	
	Visão	04	
	Franquias	02	
	Sustentabilidade	01	
	Crescimento	01	
	Globalização	01	
Setores Empresariais	Engenharia	02	14
	Setor Moveleiro	02	
	Setor de Cosméticos	02	
	Bebidas	01	
	Agronegócio	01	
	Pedras Ornamentais	01	
	Restaurante	01	
	Têxtil/Vestuário	01	
	Setor Bancário	01	
	Máquinas-Ferramenta	01	
	Setor Óleo e Gás	01	
Total de Palavras - chave			132

Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

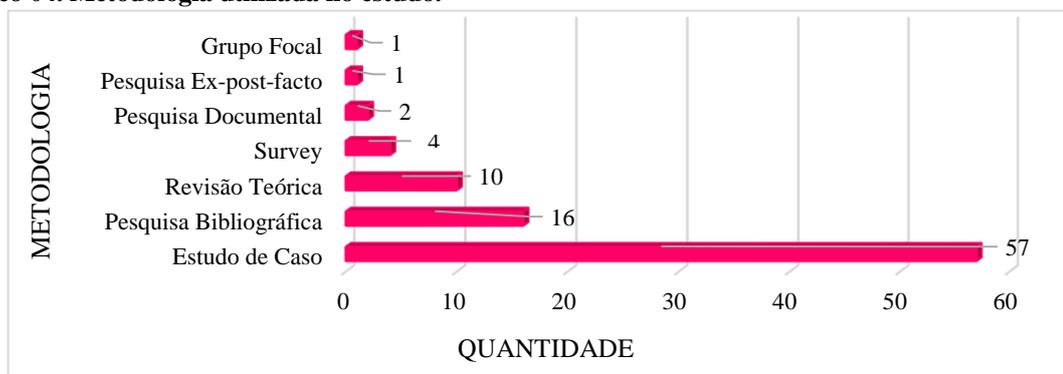
A partir da análise das palavras-chave é importante destacar que a palavra ‘estratégia’ foi a mais utilizada, pois é de suma importância no processo de internacionalização, pois de acordo com Scherer (2012), a estratégia está ligada diretamente na decisão de exportação adotada pelas empresas, iniciando pela decisão estratégica e o conhecimento do país em que pretendem iniciar suas atividades, seguindo pela decisão de como operar no país escolhido, e por fim, definir as estratégias que manterão a empresa no mercado internacional.

Vale ressaltar também, a ‘vantagem competitiva’, que segundo Dunning (1988), aborda a localização, a propriedade e por fim, a internalização, deste modo, estes fatores contribuem para criar o posicionamento da empresa perante seus concorrentes e tornam a empresa mais competitiva em seu setor de atuação.

O Gráfico 04 demonstra - em síntese, a metodologia utilizada, logo, observou-se que o método mais utilizado foi o estudo de caso, sendo aplicado em 57 artigos, e caracterizado por Gil (2008), como um estudo profundo a fim de alcançar um conhecimento detalhado, através da sua situação real de problema. Por conta disso, o estudo de caso é utilizado em pesquisas

exploratórias, tanto descritivas quanto explicativas, a fim de explicar detalhadamente os motivos dos problemas de pesquisas.

Gráfico 04. Metodologia utilizada no estudo.



Fonte: Elaborada pela autora (2018).

A partir do gráfico acima mencionado, nota-se que a pesquisa bibliográfica está em segundo lugar nos métodos de pesquisa utilizados, encontrada em 16 artigos utilizados, pois de acordo com Gil (2008), este método utiliza materiais já confeccionados, normalmente, livros ou artigos sobre as empresas abordadas. Logo, a vantagem deste método são os resultados dispersos que neles são obtidos, entretanto, é importante lembrar que os dados devem sempre ser analisados e conferidos com sua fonte de publicação. Em seguida, encontram-se a revisão teórica utilizada em 10 artigos, o método *Survey* utilizado em 04 artigos, a pesquisa documental aplicada em 02 artigos e a ainda a pesquisa *ex-post-facto* e o grupo focal aplicados em apenas um artigo cada um.

Quadro 02. Sugestões de pesquisas futuras.

Autores	Ano de Publicação	Sugestões de Pesquisas Futuras
Almeida, Paiva Jr., Guerra	2010	Como acelerar a viabilização da entrada de outros produtos tradicionais brasileiros na arena de negócios do mercado global.
Avrichir, Chueke	2011	Realizar pesquisas em empresas de outros setores e outras regiões, visando as influências das variáveis ambientais, organizacionais e gerenciais das estratégias de marketing/exportação de empresas do setor de rochas ornamentais que determinam as estratégias de exportação de empresas pesadamente dependentes de recursos naturais são as mesmas das encontradas em outros estudos, que focam diferentes contextos.
Freitas, Rupolo, Oliveira	2014	Pesquisa em administração para melhorar a caracterização da indústria brasileira do agronegócio e suas características, contingências e interferência de agentes externos, no ambiente nacional e internacional.
Camargo, Rocha, Silva	2016	Desenvolver um estudo quantitativo tendo como objetivo analisar as estratégias de marketing sobre o processo de internacionalização das franquias brasileiras considerando diferentes estágios da internacionalização, visando ainda mensurar o impacto da dimensão da GMS sobre a capacidade das franquias crescerem e obter êxito, vale ressaltar também o desenvolvimento de estudos que possam analisar a gestão de marcas, a IMS e a GMS em número maior de franquias em diferentes setores e países.
Consoni, Bernardes, Scur	2017	Novos estudos visando a formação de competências para as estratégias de internacionalização e das atividades de pesquisa e desenvolvimento e para a reflexão de políticas públicas de inovação, sendo assim, identificar qual o papel que os sistemas de inovação podem exercer no processo de atração e desenvolvimento das atividades nos centros globais de desenvolvimento.
Costa, Figueira	2017	Como as variáveis de risco político podem romper relações entre países ou gerar conflitos em razão de interesses comerciais.

Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

Diante do exposto, através dos 85 artigos analisados, foi possível identificar sugestões de pesquisas futuras, que estão apontadas no quadro 02.

O objeto de pesquisa teve como foco as empresas pesquisadas, tendo seus gestores como alvo da pesquisa, e ainda, para complementar os dados obtidos, a pesquisa em base de dados colaborou na elaboração dos artigos analisados. Deste modo, é imprescindível ressaltar que a pesquisa realizada caracterizou-se como qualitativa, obtendo um percentual de 80% na pesquisa bibliométrica, tendo 68 artigos analisados. A abordagem quantitativa foi abordada em apenas 3 artigos, somando apenas 3,53%, os artigos classificados como quali-quantitativos foram apenas 4, somando um percentual de 4,71%, e por fim, a revisão teórica teve 10 artigos publicados, obtendo um percentual de 11,76% dos artigos analisados.

Em suma, pode-se perceber que, apesar de haver inúmeras pesquisas sobre o assunto, o campo de abrangência das pesquisas sobre o tema ainda é muito amplo, pois há a possibilidade de aplicar estes estudos em regiões distintas a partir de métodos alternativos. Ainda, enfatizando pesquisas acerca da viabilização da entrada de novos produtos no mercado internacional, Almeida, Paiva Jr., e Guerra (2010), sugeriram em seu artigo; como as organizações percebem a influência da cultura regional nos hábitos de seus consumidores. É importante ressaltar ainda, a sugestão de Costa e Figueira (2017), sobre como o risco político pode romper relações e/ou criar conflitos acerca dos interesses comerciais. Deste modo, estas são as principais sugestões de pesquisas futuras analisadas no presente artigo e, a partir desta análise, o capítulo a seguir aborda as considerações sobre a pesquisa realizada.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como resultado da pesquisa bibliométrica realizada acerca das estratégias de internacionalização e no intuito de compreender as principais estratégias de internacionalização em empresas e como elas influenciam o mercado nacional e internacional, através da busca de artigos científicos sobre o tema nas bases de dados *Spell* e *Scielo*, em março de 2018, obteve-se uma amostra de 85 artigos nacionais e internacionais.

Foi possível identificar que desde o ano de 2008 as pesquisas sobre o tema possuem um desenvolvimento gradativo com pontuais diminuições, entretanto a tendência é continuar crescendo, pois através dos 85 artigos analisados, encontrou-se 199 autores, entretanto 92% destes possuem apenas um artigo publicado e apenas um autor com o máximo de cinco artigos publicados. É importante destacar ainda que dos autores encontrados, 41,21% são do gênero feminino e 58,79% são do gênero masculino. Não se pode deixar de mencionar que a principal metodologia utilizada na realização das pesquisas foi o estudo de caso, seguida da pesquisa bibliográfica e a revisão teórica.

É preciso destacar também que as principais instituições que publicaram sobre o tema são a Fundação Getúlio Vargas e Universidade de São Paulo, tendo ambas onze artigos publicados, e ainda, abordando o foco de suas pesquisas, estas instituições possuem graduações e pós-graduações nas áreas referente ao tema abordado neste artigo.

Continuando a análise, percebe-se o principal periódico utilizado nas publicações sobre as estratégias de internacionalização, foi a INTERNEXT – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais, tendo 14 artigos publicados, seguida da RIAE – Revista Ibero-Americana de Estratégias, possuindo 7 artigos publicados sobre o assunto, ambas as revistas possuem como foco, a publicação de artigos sobre negócios internacionais e suas ramificações, garantindo a qualidade de seus artigos.

Vale ressaltar também os estados brasileiros que mais publicam sobre o tema, sendo liderados pelo estado de São Paulo com 24 artigos publicados, seguido do estado do Rio Grande do Sul com 26 publicações e o estado de Santa Catarina com 24 publicações sobre as estratégias de internacionalização. Destacam-se estes estados, pois grande parte de suas economias são geradas através dos mercados e indústrias neles estabelecidos. Desta forma, ao incentivar as

pesquisas na área, conseqüentemente, os resultados obtidos influenciam de maneira significativa na gestão destas empresas. Entretanto, como o Brasil foi o país foco da pesquisa, o mesmo obteve o maior número de artigos publicados sobre o tema, porém, houve alguns artigos publicados em parceria com outras instituições da Espanha, dos Estados Unidos, da Itália, de Portugal e do Reino Unido, somando-se 18 artigos.

Torna-se importante ressaltar que as sugestões de pesquisa futuras são bem abrangentes, porém o objetivo geral de todas as questões analisadas possui o mesmo foco, identificar soluções e métodos dos seguintes temas: Entrada de produtos brasileiros em novos mercados; Diferença de hábitos regionais na decisão do consumidor; Influência de variáveis ambientais, organizacionais e gerenciais nas estratégias de marketing/exportação; Indústria brasileira de agronegócio; Estratégia de marketing de franquias brasileiras; Como os sistemas de inovação influenciam o desenvolvimento de centros globais; Como os riscos políticos interferem na relação entre países.

Deste modo, por meio deste trabalho foi possível identificar como limitação somente a utilização de artigos através das bases de dados *Spell* e *Scielo*, pois principalmente na parte de introdução foi necessário buscar em outras fontes definições exatas sobre o tema pesquisado, algo que através dos artigos demonstrou-se difícil de encontrar. Todavia, o presente estudo agrega valor às pesquisas acadêmicas acerca das estratégias de internacionalização com sua futura publicação, pois o problema deste artigo foi solucionado através da identificação de diversas sugestões de futuras pesquisas na área estudada.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Erin; GATIGNON, Hubert. **Modes Of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions**. Journal of International Business Studies, Fall, 1986.
- ARANTES, Edmur Caniato; FURQUIM, Nelson Roberto. Estratégias de Internacionalização e de Inovação Como Diferenciais para a Expansão de uma Empresa Multinacional. **INTERNEXT – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v.6, n.2, p. 116-137, jul./dez.2011
- CALDERÓN, Patricia Asunción Loaiza; GUEDES, Ana Lucia Malheiros; DE CARVALHO, Rúbia Walquiria. Gestão internacional de recursos humanos: Adaptabilidade intercultural na expatriação de brasileiros. **INTERNEXT – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v.11, n.2, p.6-20, mai./ago.2016.
- CAVUSGIL, S. Tamer; KNIGHT, Gary; RIESENBERGER, John R. **Negócios Internacionais: Estratégia, Gestão e Novas Realidades**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010, p. 522. Tradução: Sonia Midori Yamamoto e Leonardo Piamonte.
- COELHO, Diego Bonaldo; OLIVEIRA JR., Moacir de Miranda. A internacionalização de empresas na agenda governamental contemporânea de desenvolvimento: reflexões críticas e analíticas para os negócios internacionais. **Cadernos EBAPE.BR**, v.14, Edição Especial, p. 527-550, jul.2016.
- COSTA, Luiz Paulo da Silva; FIGUEIRA, Ariane Cristine Roder. Risco político e internacionalização de empresas: uma revisão bibliográfica. **Cadernos EBAPE.BR**, v.15, n.1, p. 63-87, jan./mar. 2017.
- DE OLIVEIRA, Brigitte Renata Bezerra; DE MORAES, Walter Fernando Araújo; KOVACS, Érica Piros; LUCIAN Rafael. Processo de formação de estratégias internacionais na fruticultura brasileira: uma abordagem integrada. **Cadernos EBAPE.BR**, v.7, n.2, jun.2009.
- DUNNING, John H. **The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions**. Journal of International Business Studies, Spring, 1988.
- FREITAS, Maria Ester et al. Rotas da Internacionalização Acadêmica: Caso EAESP/FGV. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 15, n. 3, p. 102-118, 2016.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

- HILAL, Adriana; HEMAIS, Carlos Alberto. O Processo de Internacionalização na Ótica da Escola Nórdica: Evidências Empíricas em Empresas Brasileiras. **Revista de Administração Contemporânea**. v.7, n.1, p. 109-124, jan./mar. 2003.
- IZUMI, Paulo Kazuhiro; COUTO, Cyro Augusto Pachicoski; OGASAVARA, Mário Henrique. Cidades globais no contexto dos negócios internacionais: Do esquecimento à tendência na produção acadêmica. **INTERNEXT – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v.11, n.3, p. 49-63, set./dez.2016.
- JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan-Erik. **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. 22-32, Spring – Summer, 1977.
- _____. **The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: From Liability Of Foreignness To Liability Of Outsidership**. Journal of International Business Studies, 2001.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MARIOTTO, Fábio L. **Estratégia Internacional da Empresa**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- MONTICELLI, Jefferson Marlon; CALIXTO, Cyntia Vilasboas; DE VASCONCELLOS, Sílvio Luís; GARRIDO, Ivan Lapuente. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v.19, n.65, p. 358-374, jul./set.2017.
- PAIVA, Caroline Mendonça Nogueira; DE ALCÂNTARA, Juciara Nunes; CINTRA, Evandro Marcus; CALEGÁRIO, Cristina Lélis Leal. Fatores que Influenciam as Estratégias de Exportação da Firma. **Desenvolvimento em Questão**, v.13, n.31, p. 173-179, jul./set. 2015.
- SALAZAR, Viviane Santos; DE MORAES, Walter Fernando Araújo; LEITE, Yákara Vasconcelos Pereira. Grupo Bonaparte: aprendendo com uma cadeia de restaurantes do Nordeste brasileiro. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v.15, n.1, p.173-193, jan./mar.2014.
- SCHERER, Flávia Luciane. Como Empresas Consolidam a Presença em Mercados Estrangeiros? Considerações Sobre o Processo de Internacionalização. **Revista de Administração da UFSM**, v.5, n.3, set./dez.,2012.
- SITE PORTAL APEX-BRASIL. **Resultados da Pesquisa sobre Internacionalização de Empresas no Âmbito de Plano Nacional de Exportação**. Disponível em: <<http://arq.apexbrasil.com.br/midiasocial/PesquisaApex-BrasilsobreInternacionaliza%C3%A7%C3%A3odeEmpresas2017.pdf>>. Acesso em: 14 abr.2018.
- TEIXEIRA, Enise Barth. A Análise de Dados na Pesquisa Científica – Importância e Desafios em Estudos Organizacionais. **Desenvolvimento em Questão**, v.1, n.2, p. 177-201, jul./dez. 2003.
- VIANNA, Nadia Wacila Hanania; PISCOPO, Marcos Roberto; RYNGELBLUM, Arnaldo L. INTERNACIONALIZAÇÃO DA PEQUENA E MÉDIA EMPRESA BRASILEIRA: O CASO DA INDÚSTRIA DE MÁQUINAS-FERRAMENTA. **BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 10, n.3, p. 210-223, jul./set. 2013.
- VOESE, Simone Bernardes; DE MELLO, Rebert José Gomes. Análise bibliométrica sobre gestão estratégica de custos no Congresso Brasileiro de Custos: Aplicação da lei de Lotka. **Revista Capital Científico**, v. 11, n.1,
- YOSHIDA, Nelson D. Análise Bibliométrica: Um Estudo Aplicado à Previsão Tecnológica. **PROFUTURO: Programa de Estudos do Futuro**, v. 2, n.1, p. 52-84, jan./mar. 2010.