



EXPORTAÇÃO: UMA ANÁLISE DA ESTRATÉGIA INICIAL DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Carla Diniz Naue¹
Nathalia Berger Werlang²

RESUMO

O presente artigo objetivou identificar, através de mapeamento bibliométrico, indicadores acerca da Exportação. A análise dos 57 artigos da base de dados “Spell”, em Março de 2017, relacionou as seguintes variáveis: 86% utilizaram métodos qualitativos; 54% foram elaborados por dois a três autores; a Universidade de São Paulo foi a IES de maior vínculo acadêmico entre os 123 autores (9%); 18% (10 artigos) foram publicados nos anos de 2008 e 2010; a Revista de Administração da USP –foi o periódico destaque em publicações sobre o tema; o constructo Cooperação compôs 21% dos artigos, seguido pela Internacionalização, presente em 19%. A partir deste estudo, concluiu-se que as produções científicas iniciaram em 1978 e a oscilação de publicações está relacionada a aspectos econômicos que influenciaram as estratégias de internacionalização para ganho de mercado. Os dados acerca do tema demonstram que existem poucas publicações sobre os impactos financeiros das empresas internacionalizadas.

Palavras-chave: Exportação; Estratégia de Internacionalização; Estudo Bibliométrico.

1 INTRODUÇÃO

A globalização possui relaciona-se com o aumento das oportunidades de ampliação de mercado, bem como a crescente concorrência para o mercado interno, através da inclusão de diversas empresas e produtos estrangeiros. Com o aumento da concorrência e instabilidades nas condições de mercado, diversos segmentos têm sido levados a projetar a inserção no mercado global e deixar de lado a restrição ao mercado interno. O rumo de alcance das empresas interfere na gestão comportamental e tomada de decisões, pois o ambiente altamente competitivo vem impulsionando as empresas a procurarem os requisitos de qualidade e eficiência, sendo estes fundamentais para a sobrevivência no mercado global (MOTA, 2007).

Desta forma, Mariotto (2007) destaca que os caminhos da expansão internacional das empresas, bem como as formas de administrar as organizações resultantes desse processo vem ganhando espaço crescente nas indagações dos empresários, sendo estas consequências da globalização e resultado da profunda transformação econômica, política e cultural do mundo, ligada ao aumento das relações e interdependência entre países

Neste sentido, a internacionalização de empresas possibilita o acesso a novos mercados, gerando vantagens significativas, como o aumento da qualidade de vida útil do produto e incremento das receitas operacionais através da redução de custos, decorrente da diversificação de mercado com a utilização da mesma base produtiva (Kovacs; Moraes; Oliveira, 2008). Mesmo que o processo traga, em contrapartida, a necessidade de agilizar as decisões em função

¹ Acadêmica do Curso de Administração pela Faculdade de Itapiranga (FAI). Email: carlanaue88@gmail.com

² Doutoranda em Administração pela universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Mestre em Administração pela Universidade do Vale do Itajaí (Univali). Professora na Faculdade de Itapiranga (FAI). Email: nathaliabw@gmail.com.



da velocidade de transformação do comércio internacional e, os cenários a sua volta (Teixeira; Flores, 2014).

Retratado por Porter (1999), o tempo continua sendo uma vantagem-chave, pois a forma como os líderes de mercado gerenciam suas atividades representam as fontes simultâneas de competitividade. O tempo pode ser encarado como fonte crítica de vantagem, visto que os processos de desenvolvimento e produção tornam-se cada vez mais enxutos.

Diante do exposto, este estudo teve como objetivo identificar, por meio de um mapeamento bibliométrico, indicadores acerca das pesquisas sobre o tema Exportação. Para isso, realizou-se a identificação dos principais autores, instituições e periódicos que publicaram sobre o tema até o momento, possibilitando a melhor compreensão sobre o assunto.

O estudo da exportação como uma estratégia de internacionalização possui relevância ao contribuir no desenvolvimento teórico do tema pesquisado, além do direcionamento de futuras pesquisas relacionadas as lacunas teóricas apresentadas acerca do tema.

O presente artigo acadêmico está estruturado em quatro seções seguintes: a seção 2 apresenta o marco teórico sobre as abordagens e estratégias de internacionalização e a exportação como ferramenta de inserção das organizações no mercado externo; na seção 3 é apresentado o método de pesquisa utilizado na coleta e análise dos dados referentes aos 57 artigos analisados; a seção 4 é composta pela descrição e análise dos resultados, mediante exposição de quadros e gráficos e, por fim, na seção 5 constam as considerações finais sobre os resultados alcançados e as recomendações de estudos futuros.

2 ABORDAGENS E ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

A decisão sobre a forma de abrir espaço em um mercado inerente ao de origem depende de uma série de aspectos, dentre os quais destacam-se a competitividade, situação socioeconômica, cultural e política do país de destino, capacidades e recursos próprios de produção (MOTA, 2007).

Apesar do número crescente de estudos relacionados ao comércio exterior e empresas multinacionais, posterior ao ano de 1960, o tema negócios internacionais, do qual a estratégia de internacionalização faz parte substancial, ainda está em processo de formulação teórica. Mariotto (2007) salienta que, com relação as estratégias de internacionalização, os aspectos político, econômico e o estrutural são levados em consideração para a produção acadêmica.

Os estudos sobre a internacionalização por meio da exportação iniciaram com a análise das formas de identificação das oportunidades e obstáculos da internacionalização, numa estrutura mundial globalizada. Com isso, duas vertentes consolidaram-se e englobaram os diversos modelos até o momento desenvolvidos, com base em abordagem econômica e comportamental. Ainda, de acordo com Dal-Soto, Alves e Bulé (2014) as teorias que fundamentam a abordagem econômica são descritas com foco nas decisões de internacionalização, baseadas em dados e informações concretos e maximização dos retornos econômicos. Assim, entre os diversos modelos que compõem essa abordagem, destaca-se o Paradigma Eclético.

Conforme Dunning (1988), o Paradigma Eclético apresentado em 1976 é um esboço inicial que analisa a produção internacional sob enfoque de identificar os fatores econômicos que influenciam o início da implantação de unidades produtivas em países que não são de sua origem.



Neste contexto, a estratégia utilizada ao iniciar o processo de internacionalização é singular e dependente dos recursos de cada organização; não havendo portanto uma única fórmula ou caminho na obtenção de mercados. A delimitação dos mercados-alvo não possui relação com fatores específicos, tais como culturais ou geográficos, mas sim as vantagens monopolísticas das firmas e das vantagens do destino, onde as mudanças geograficas dos mercados auxiliam a não depender de um único mercado (DUNNING,1988).

Para que uma organização possa efetuar a internacionalização com potencial e segurança competitiva, Caseiro (2013) salienta que é primordial que a mesma possua ao menos

uma vantagem diferencial sobre os competidores. O Paradigma Eclético de Dunning resume o conjunto de vantagens através de três diferenciais *Ownership* – Propriedade, *Location* – Localização e *Internalization* - Internalização, sendo esta a visão “OLI” .

A vantagem competitiva na originalidade de cada organização é composta pela tríplice: Propriedade (“O” *Ownership*), que refere-se a especificidades da natureza ou nacionalidade da empresa e aos ativos intangíveis (marcas, patentes). Localização (“L” *Location*), relativa a questões estruturais do destino de implementação física da organização, sendo estas multidimensionais, abrangendo diversos aspectos, tais como estruturais, econômicos, financeiros e políticos. Com relação ao fator de Internalização (“I” *internalization*), trata-se da capacidade de redução de vulnerabilidade e perdas através da obtenção de economias de escala com a adição de um novo destino (DUNNING, 1988).

A escola de Uppsala, desenvolvida por Johansson e Vahlne (1977), relaciona a internacionalização através de uma abordagem comportamental, na qual o processo ocorre de forma gradual e incremental, sendo reflexo do crescimento da organização e saturação do mercado interno.

Contrastando o modelo puramente econômico de Dunning, a experiência acadêmica feita por Johanson e Wiedersheim-Paul na Universidade de Uppsala, em (1975), abordou a internacionalização como parte de um sistema mutável e complexo, visto que as organizações são formadas por aspectos intangíveis e cumulativos (DAL-SOTO, ALVES, BULÉ, 2014)

Os resultados da observação de quatro empresas suecas, Johanson e Wiedersheim-Paul (1975) identificaram que as organizações iniciavam o processo de internacionalização com baixo investimento e crescimento gradual no exterior. Neste sentido, Teixeira e Flores (2014) descrevem que a primeira parte do processo é composta pela venda direta, seguida pela exportação, com auxílio de agentes comerciais e, por último, ocorria a aquisição de subsidiária.

Sabendo que a compreensão do ambiente internacional ocorre conforme as experiências realizadas no mercado, o desconhecimento dos aspectos culturais entre origem e destino das organizações torna-se um entrave na conexão de parcerias. Desta forma, a escolha por destinos com a menor distância psíquica ocorre em função da similaridade com os processos efetuados nacionalmente, impactando na capacidade de compreensão do ambiente pretendido, bem como a prevenção de possíveis dificuldades (JOHANSON E VAHLNE, 1977).

Neste sentido, conforme destaca Caseiro (2013), o conjunto de vantagens é considerada uma via de mão dupla, visto que a empresa que investe em outro país possui diferencial em relação aos existentes no destino e, por outro lado, a mesma extrai vantagens não conhecidas na sua originalidade. Além disso, os processos visualizados são incorporados ao processo de toda a cadeia gerida pela empresa.

Apesar da forma de ingresso em mercados externos ser pluralista e, de acordo com os aspectos econômicos e produtivos de cada organização, a atividade de posicionar a empresa além das fronteiras domésticas não distancia-a completamente das estratégias empresariais



locais. O processo de internacionalização de uma empresa e a sua decisão por investir em um país estrangeiro englobam considerações amplas em termos de estratégias, comportamento e economia, quando comparadas com a decisão de investir em seu próprio país (PETRY, *et al.*, 1999).

De acordo com Mariotto (2007), as estratégias utilizadas pelas empresas para participar de negócios internacionais ocorrem de maneiras diferentes, incluindo os canais de importação e exportação, licenciamento, franquia, contrato de gestão, *joint ventures*, investimento direto e investimento de carteira.

Num viés de estratégia, o posicionamento das organizações para além das fronteiras não está distante da local, portanto, o conhecimento destas é fundamental para avaliação das estratégias que serão utilizadas no processo de internacionalização. O formato de entrada em um mercado estrangeiro deve ser estruturado de maneira cuidadosa, porque o grau de compromisso, risco, controle, benefícios e lucratividade é proporcional a estratégia utilizada, variando do menor ao mais complexo (MOTA, 2007).

Desta forma, o presente trabalho irá abordar a estratégia inicial de internacionalização: a exportação.

2.1. EXPORTAÇÃO

O comércio exterior de mercadorias que trata da importação e exportação é a forma mais antiga de estipular relações comerciais entre países e, ainda hoje é utilizada por grande parte das organizações para participação de mercado externo. Neste sentido, conforme Mariotto (2007) a exportação tende a exigir um nível menor de compromisso e, portanto, de menor risco para a empresa.

Sendo a exportação considerada como a atividade de venda de produtos a um país no exterior e que não exige investimentos de estrutura produtiva no país de destino dos produtos comercializados, esta atividade é considerada a forma mais frequentemente escolhida por pequenas e médias empresas (HITT, 2015).

Mesmo que não seja necessário o investimento, conforme o manual descrito pelo Ministério de Relações Exteriores (2011), a exportação direta por constituir o faturamento individual entre país produtor e importador exige que a empresa possua conhecimento de toda a extensão do processo de exportação, incluindo a pesquisa de mercado, documentação necessária, existência de acordos comerciais, internacionais, padrão de embalagem, transações bancárias específicas, logística necessária para entrega até o cliente final, entre outros.

Em virtude da necessidade de conhecimento abrangente, usualmente são utilizados agentes especializados para efetuarem o processo de exportação, o qual, na maioria dos casos, representantes de grandes companhias comerciais internacionais conhecem o mercado pretendido, permitindo, dessa forma, a redução de uma eventual distância psicológica entre os dois países e, assim, facilitando a colocação da organização no mesmo (NETO; ALMEIDA, 2007).

Designada como a forma mais barata e menos arriscada, de acordo com Mota (2007), a exportação permite o acesso rápido ao mercado externo, além da flexibilização de atuação a um baixo custo operacional. Através desta estratégia as empresas conseguem inserir-se em ambientes impossíveis se o fizessem de outra forma, pois contam com o auxílio de empresas especializadas nos mecanismos de mercado exterior.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa apresentada neste estudo é de natureza teórica, caracterizada como um estudo descritivo e exploratório. Descritivo por apresentar indicadores referentes às publicações científicas acerca do tema exportação, com a finalidade de mapear as variáveis acerca da área. Para Gil (2009), pesquisas descritivas buscam descrever as características de alguma população ou fenômeno determinado.

Com relação a estratégia de pesquisa, a mesma está fundamentada na bibliometria, pois abrange todos os materiais já disponibilizados sobre o tema pesquisado. Lakatos e Marconi

(2010) salientam que é através da análise das publicações existentes que passam a ser construídos os indicadores de evolução de um tema específico.

No que concerne a análise numérica das produções teóricas, a pesquisa em questão não efetua a análise estatística do tema, característica exclusiva de pesquisa de natureza quantitativa, enquadrando-a como qualitativa, visto que o objetivo inicial é a busca de análises das relações e redes de cooperações entre autores, periódicos, instituições de ensino superior e análise temporal das produções. Marconi e Lakatos (2010) alegam que a pesquisa qualitativa demanda que seja efetuada a coleta de dados para posterior elaboração de uma teoria de base.

A construção da pesquisa sobre o tema exportação foi realizada em Março de 2017, através de busca pela palavra-chave “exportação”, sem nenhum tipo de filtro adicional, na base de dados *Spell*. A utilização da categoria de produção acadêmica denominada “artigo” foi relacionada a natureza do presente trabalho acadêmico e a desconsideração de filtros adicionais, (ano e idioma), justifica-se pelo reconhecimento mais amplo acerca do tema. O resultado da busca implicou em 61 artigos que continham a palavra exportação em seu título. Sendo desclassificados 4 artigos após a leitura e estratificação, o referencial constitui-se portanto por 57 artigos.

Quadro 01: Etapas da pesquisa e filtros utilizados:

Base de Dados <i>Spell</i>	Total de Trabalhos
Exportação	61
Filtro Artigo	61
Artigos incompletos na base de dados	4
Total de artigos utilizados	57

Fonte: Elaborada pelas autoras

Com o intuito de conhecer e expressar alguns dados acerca da Exportação, investigou-se as seguintes variáveis: natureza e abordagens das pesquisas, fonte de coleta dos dados, metodologia do trabalho, quantidade de autores, Instituições de Ensino e periódicos descritos nos artigos, além disso, uma análise temporal das publicações, caracterizando essa etapa como análise de conteúdo.

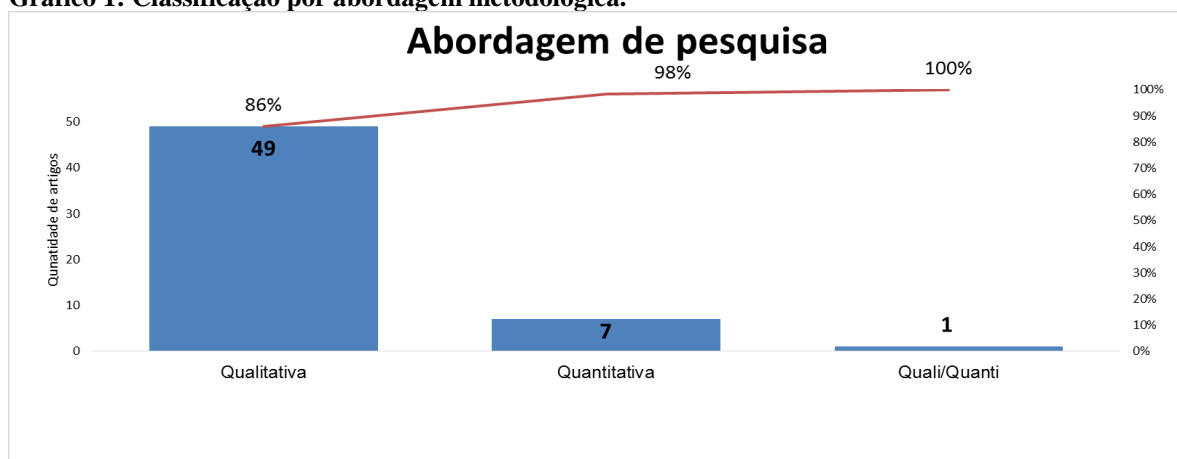
De acordo com Bardin (2011) a análise de conteúdo remete a utilização de um conjunto de instrumentos que se aplicam as mais diversificadas fontes de dados acerca da investigação proposta. Além disso, esse tipo de análise fornece informações suplementares ao leitor crítico, sendo que esta distancia-se do padrão, possibilitando saber mais sobre o texto.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise dos 57 artigos relacionados na pesquisa resultou no levantamento de diversos aspectos específicos que estão descritos nas tabelas e gráficos abaixo. De acordo com Silva e Neto (2010) a metodologia é uma etapa secundária que norteia a análise científica, principalmente com relação aos instrumentos e processos de coleta de dados. A diferença entre qualitativo e quantitativo não deve ser tratada como parte central do processo de investigação, mas sim a definição clara dos pressupostos que nortearão os estudos.

O Gráfico 1 apresenta os resultados com relação as abordagens utilizadas nos artigos analisados.

Gráfico 1: Classificação por abordagem metodológica.

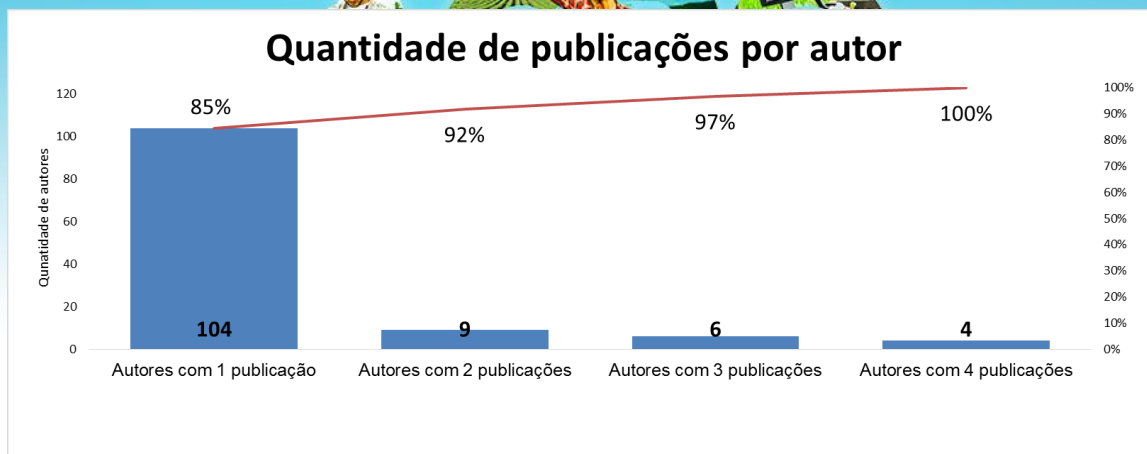


Fonte: Dados da Pesquisa

Constata-se que a abordagem mais utilizada foi a pesquisa qualitativa, representado 86% das publicações, com um total de 49 artigos. A principal estratégia de pesquisa utilizada nestes casos foi o estudo de caso, sendo esta a maneira mais genérica de descoberta ou compreensão de determinado fenômeno (Yin, 2010). Além destes, foram encontrados 7 artigos que utilizaram o método quantitativo e 1 de abordagem Qualitativa/Quantitativa. Observa-se, portanto, que a abordagem que se sobressai com relação a temática abordada é de aspecto quantitativo.

O Gráfico 2 representa a constatação feita por Dal-Soto, Alves e Bulé (2014), que salientam o número crescente e diversificado de pesquisadores, no despendido de esforços na explicação dos movimentos de internacionalização por meios econômicos, comportamentais e organizacionais.

Gráfico 2: Comparativo do número de autores por artigo.



Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com as informações acima apresentadas, 85% do total de 123 autores envolvidos no desenvolvimento dos 57 artigos publicaram somente uma vez, 7% dos autores citados tiveram 2 publicações, 5% tiveram 3 publicações e somente 3% foram partes componentes na construção de 4 publicações. A informação obtida através da análise de publicações por autor demonstra que não há continuidade na investigação proposta, podendo esta

ser resultante da falta de pesquisadores específicos para o tema. O tema exportação, por ser dependente de variáveis externas possui relação com a volatilidade de mercado e, por isso, não é base de análises tradicionais como o marketing, por exemplo.

Na Tabela 1, estão listados os 09 autores com maior número de publicações acerca do tema, sendo que os mesmos estão relacionados a 49 artigos elaborados.

Tabela 1: Publicações por autor.

Autor	Quant. De Publicações	%
Paulo F. Fleury (FLEURY,P.F)	5	9
Aletéia de Moura Carpes (CARPES, A. M.)	4	7
Flávia Luciane Scherer (SCHERER, F. L.)	4	7
Thiago Antonio Beuron (BEURON, T. A.)	3	5
Bruno de Moura Carvalho (CARVALHO, B. M.)	3	5
Dirceu Tornavoi de Carvalho (CARVALHO, D. T.)	3	5
Gustavo Barbieri Lima (LIMA, G. B.)	3	5
Angela Schmidt (SCHMIDT, A.)	3	5
Deborah Moraes Zouin (ZOUIN, D. M.)	3	5
Demais autores (2)	9	16
Demais autores (1)	17	30
Total de artigos	57	100

Fonte: Dados da pesquisa

Com base na Tabela 1, podemos mencionar que o autor Paulo F. Fleury foi o autor que mais publicou artigos acerca do tema exportação, cabe ressaltar que os 5 artigos escritos individualmente por Paulo F. Fleury foram publicados entre os anos de 1979 e 1983. A questão temporal de publicações está relacionada ao aumento da importância do estado como propulsor da diversificação e integração entre governo e empresas estrangeiras. Processo este que resultou na utilização de capital estrangeiro como pilar da economia brasileira após o ano de 1960 (Bellingieri, 2005).

Paulo F. Fleury possui experiência na área de Engenharia de Produção, atuando principalmente nos seguintes temas: logística, transporte, estratégia de manufatura, operadores logísticos e portos. O autor concluiu o doutorado em 1976, na área de Engenharia de Produção pela Universidade de Tecnologia de *Loughborough*, em Londres.

Na segunda e terceira posição, como autores que mais publicaram estão Aleteia de Moura Carpes e Flávia Luciane Scherer, ambas publicaram 4 artigos cada, entre os anos de 2012 e 2013.

A igualdade de publicações entre Aleteia e Flávia deve-se ao fato de ambas possuírem ligação acadêmica com a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), onde Aleteia compõe parte integrante de grupos de estudo sob a coordenação de Flávia. Com relação aos anos de produção, os mesmos coincidem com a conclusão do doutorado de Aleteia, sob orientação de Flávia, na área de aspectos de internacionalização de Pequenas e Médias Empresas, por meio de consórcios de exportação: uma análise dos modelos italiano e brasileiro.

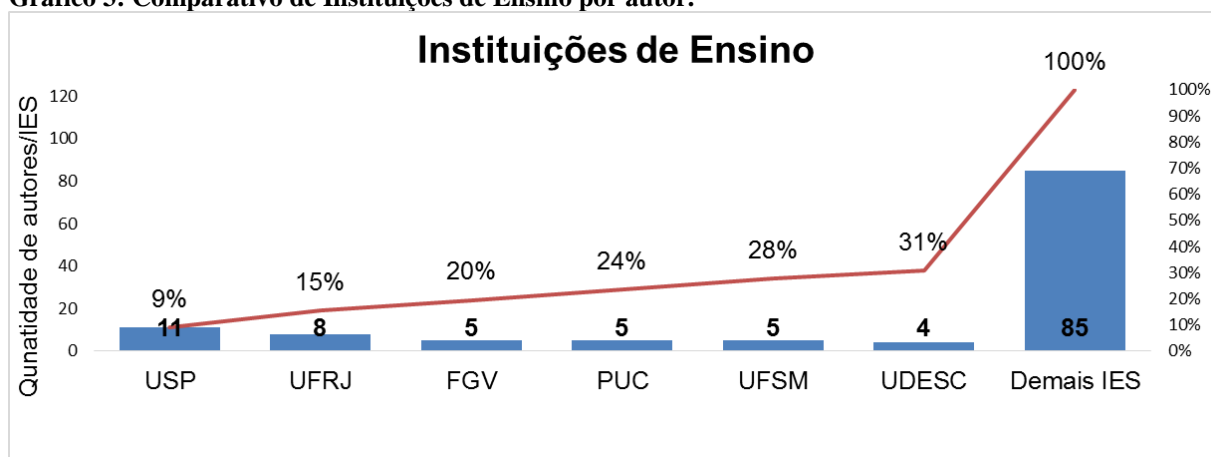
Dra. Flávia Luciane Scherer compõe o colegiado da Linha de Pesquisa Estratégia em Organização e coordena o grupo de pesquisa PROGESA - Programa de Gestão Estratégica para a Sustentabilidade Socioambiental.

Cabe ressaltar que Thiago Antônio Beuron e Bruno de Moura Carvalho constituíram parte da equipe desenvolvedora de 3 dos 4 artigos publicados pelas autoras supracitadas,

sugerindo, assim, uma rede de cooperação entre os autores e/ou Instituições de Ensino, pois ambos possuem ligação acadêmica com a UFSM.


A seguir, no Gráfico 3 é apresentado o *ranking* de Instituições de Ensino Superior com maior número de acadêmicos/autores relacionados nas 57 publicações. Observa-se que 9% dos artigos possuem como autores acadêmicos da USP, 7% possuem vínculo com a UFRJ e 12%, são compostos por 5 autores, individualmente, possuem ligação com as universidades FGV, PUC e UFSM.

Gráfico 3: Comparativo de Instituições de Ensino por autor.



Fonte: Dados da pesquisa

Ao transcorrer sobre as Principais Instituições de Ensino Superior e, em concordância com o Gráfico 3, destaca-se que a Universidade de São Paulo (USP) foi relacionada a 11 dos 123 autores de 57 artigos analisados. O vínculo do tema exportação a produção acadêmica possui relação com a fundação da Faculdade de Economia e Administração (FEA) da USP em



1946 com o direcionamento específico de programas relacionados à gestão vinculada ao tema internacionalização / exportação, ambos frutos do surto da industrialização. Além disso, a participação relevante da Universidade de São Paulo (USP) e Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) nos vínculos acadêmicos levantados nessa tabulação sugerem ligação com as seguintes variáveis: localização e contexto histórico.

Período este que coincide com a fundação Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da UFRJ, que na década de 50 institucionalizou a pesquisa como consequência de uma política nacional, resultando, por exemplo, nos programas: CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) e CAPES (Comissão de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior). Nesse contexto, foram criadas agências financiadoras nacionais e internacionais, institutos de pesquisa e também à docência em tempo integral.

Em consonância com a análise temporal e a situação econômica do país, em 1946 com objetivo de formar especialistas para atender ao setor produtivo, através da utilização de experiências norte-americanas de ensino, foi criada a Fundação Getúlio Vargas (FGV), liderada pelo economista Eugênio Gudín. Além disso, a disponibilização de bolsas de estudo no exterior para manutenção dos docentes da área, em 1952, trouxe para a academia uma visão ampla dos processos já consolidados fora do país.

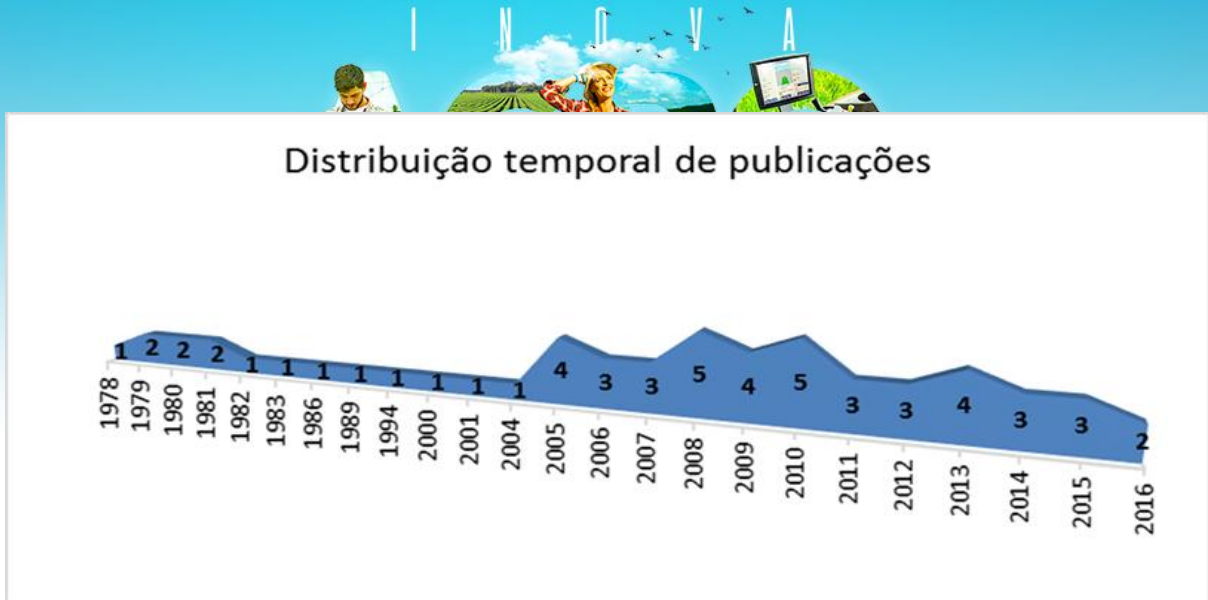
O ano de 1946 também possui relação com a criação da Universidade Pontifícia Católica (PUC) de São Paulo que, a partir da união de instituições da Igreja, tinha como missão formar

lideranças católicas e os filhos da elite paulista, formação essa fundamentada na qualidade acadêmica vinculada à preocupação social.

Mesmo que dissonante as características anteriormente descritas, a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), criada em 1960, através da Lei nº 3.834-C, inseriu-se historicamente como fator de expansão do ensino público brasileiro. Instalada solenemente em 1961, a UFSM possui representatividade nesta análise em função dos autores com mais publicações acerca do tema exportação. Vínculo este resultante da busca do incremento no processo de internacionalização, como um dos principais objetivos do Programa de Pós Graduação em Administração (PPGA). Com a criação do Curso de Doutorado em 2012, a potencialização desse processo passou a ser considerada prioridade, nesse sentido, algumas ações e metas foram estabelecidas. Com relação aos autores, em 2014 foram enviados para a realização do estágio sanduíche: Tiago Beuron (Universidade de Coimbra), Juliano Alves (University of Turkey - Finlândia) e Aletéia Carpes (Università Degli Studi Di Udine - Itália).

Com relação as demais Instituições, a produção acadêmica está contemplada pelo crescimento do interesse pelas linhas de pesquisas voltadas à compreensão dos fatores de expansão comercial do Brasil.

Gráfico 4: Análise temporal de publicações



Fonte: Dados da pesquisa

A análise dos dados apresentados no Gráfico 04 indica que houve um incremento de publicações acerca do tema exportação após o ano de 2004, que dos 57 artigos, 18% deles foram publicados nos anos de 2008 e 2010 e 21% foram publicados nos anos de 2005, 2009 e 2013. No entanto, após 2013 houve uma redução com relação a produtividade acadêmica e, no ano de 2016 somente 2 artigos foram publicados.

Os dados anteriormente citados conduzem a indicação de Cruz *et al* (2012) que relaciona o ano de 2000 ao incremento de exportações, no qual através da emergência da China como potência econômica mundial houve a redução no custo de bens industriais e aumento dos preços de *commodities*. Aliado a isto, a situação mundial há 12 anos remete ao pleno crescimento mundial, bem como o aumento de demanda por matérias primas.

Porém, nos anos de 2015 e 2016 houve mudanças no cenário econômico, relacionada principalmente a retração dos setores agropecuário, indústria e serviços. Em 2017 a instabilidade está vinculada aos desdobramentos da Operação Lava Jato, bem como a eleição do presidente americano Donald Trump que tornaram o cenário nebuloso (LIMA, 2017).

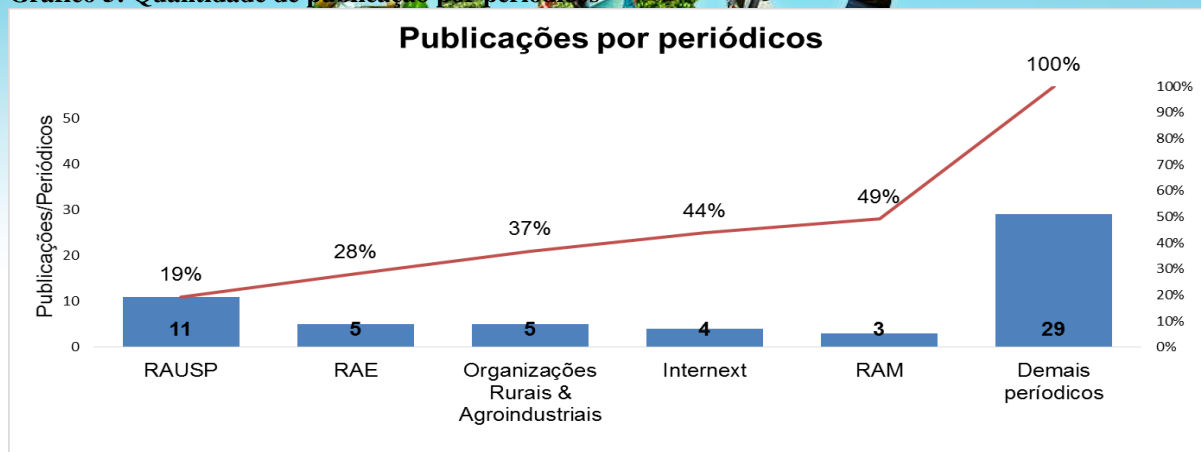
Justificando a oscilação entre incremento e a redução da exportação dos produtos potências do Brasil à produção acadêmica, o Gráfico abaixo relaciona os periódicos com maior número de publicações a respeito do tema.

Ao mesmo tempo em que a Revista de Administração da USP (RAUSP) e a Revista de Administração de Empresas (RAE) estão vinculadas as Instituições de Ensino USP e FGV e as mesmas tenham sido classificadas com ligação expressiva aos autores.

A Revista Organizações Rurais & Agroindustriais compete atraindo artigos dos programas de pós graduação em Administração que possuem ligação direta com o meio rural e, portanto, relacionam-se aos produtos denominados *commodities*, por isso ocupa o terceiro lugar no ranking dos periódicos.

Com relação ao vínculo de 7% dos artigos com a Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext) o mesmo é resultado da intenção do periódico ao abrir o veículo de comunicação para a divulgação de artigos científicos, ensaios e estudos de caso didáticos ligados ao interesse de Gestão Internacional. Ao encontro do mesmo pressuposto, a Revista de Administração Mackenzie (RAM), que possui ligação com 5% dos artigos pesquisados, busca contribuir cientificamente ao conhecimento da gestão de negócios em um ambiente globalizado.

Gráfico 5: Quantidade de publicação por periódicos

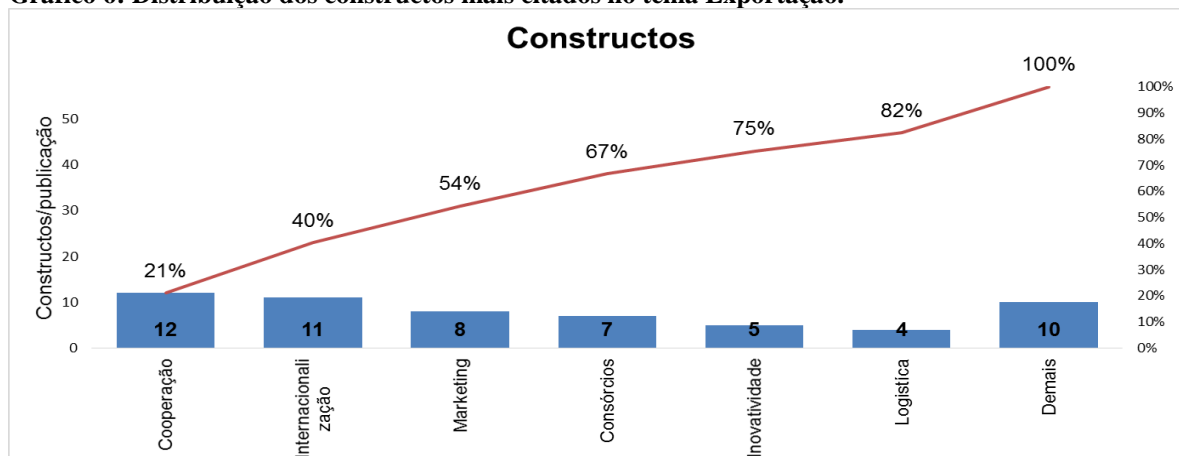


Fonte: Dados da pesquisa

Os 5 periódicos descritos acima representam 49% (28 publicações) dos meios de publicação de artigos científicos e sugerem um nivelamento entre opções para divulgação dos estudos acerca do tema exportação/internacionalização.

Dando sequência aos resultados propostos pela análise de conteúdo, o Gráfico 6 elenca os constructos com maior reincidência nos 57 artigos avaliados.

Gráfico 6: Distribuição dos constructos mais citados no tema Exportação.



Fonte: Dados da pesquisa

O constructo cooperação esteve presente em 21% e vinculado a este, o termo consórcio esteve presente em 12% dos artigos analisados, fatos estes relacionados ao crescente de

interesse de cunho científico da verificação dos benefícios, além da relação entre redes de cooperação e a *performance* exportadora nos consórcios de exportação (Carpes; Scherer; Carvalho; Santos, 2013).

Em análise crescente dos constructos relacionados nos 57 artigos vinculados ao tema “exportação”, o termo internacionalização foi citado em 19%, sua relação pode ser justificada conforme Lequain e Nunes (2016) sobre as análises das oportunidades e desafios da internacionalização através da exportação, sendo esta estratégia mais utilizada no processo de relacionamento com o mercado externo.

Ligado ao processo de relacionamento, o marketing esteve presente em 14% dos estudos avaliados e, conforme descrito por Deborah Moraes Zouin e Breno de Paula Andrade Cruz (2008) mesmo que o composto promocional esteja descrito na teoria de marketing e seja discutido em diversos livros e artigos, o tema possui representatividade com relação à exportação, por contribuir no entendimento da atuação de marketing na inserção das redes de cooperação em ambientes externos. Portanto, existe uma ligação entre os três construtos descritos anteriormente.

Por fim, junto aos termos inovação e logística somaram 16% e sua representatividade é explicada em função da defasagem da logística no Brasil quando comparada aos demais países industrializados. O investimento em meios mais modernos impactaria na redução de custos e aumento da confiabilidade dos serviços exportados e tornaria o país mais competitivo (PETRAGLIA, J. et al, 2009)

Fato este que é ressaltado por Yemal e Pascotto (2009) ao salientarem que os canais convencionais de embarque dos produtos exportados tornam-se obsoletos em função de novas demandas exclusivas, que normalmente diminui-se quantidades e aumenta-se o número de entregas.

Como parte final da análise foram descritos, com base nos 57 artigos avaliados, as indicações de futuros estudos, conforme apresenta o Quadro 2.

Quadro 2: Indicações de futuros estudos

INDICAÇÃO DE ESTUDO	AUTORES (ANO)
Realizar estudos comparativos entre empresas brasileiras e do exterior, quanto a análise das barreiras culturais decorrentes do processo de exportação.	Pasqualotto, C.; Sampaio, C. H.; Perin, M. G. (2007)
Aprofundar a compreensão da influência do mercado doméstico sobre a trajetória de internacionalização.	Versiani, A. F.; Rezende, S. F. L. (2009)
Gerar hipóteses para serem testadas em estudos infraestrutura logística para escoamento de produtos para exportação.	Petraglia, J. et al (2009)
Relacionar as variáveis causa e efeito que impactam na demanda, à fim de produzir padrões claros, na tomada de decisão como apoio estratégico.	Santos, M. C. D et al (2013)
Utilizar mais de uma variável explicativa, no intuito de atingir um Coeficiente de Determinação com maior impacto no processo da influência da localidade nos preços de exportação.	Noriller, R. M. et al (2014)
Verificar a influência dos fatores externos sobre a adoção dos programas específicos de exportação.	Alcântara, J. N. et al (2015)
Relacionar o desempenho exportador com a utilização de programas governamentais.	Alcântara, J. N. et al (2015)
Realizar o levantamento de potencial de desenvolvimento do campo em outros estados.	Farias Filho, M. C.; Sousa, J. W.; Silva, S. F. (2015)

Propor formas mais simples e aplicáveis pelas empresas que buscam a iniciação do processo de exportação, com base nos métodos já existentes.

Nunes, M. P.; Lequain, L. S. A (2016)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Referente as indicações propostas no Quadro 2, observa-se que os autores, em geral, indicam produções científicas acerca do tema internacionalização com todas as variáveis relacionadas. Essas análises teriam o papel de trazer informações aplicáveis as organizações que buscam a expansão de mercado. Conclui-se que, há bastante para ser analisado em relação as teorias, estratégias e variáveis importantes na inserção das organizações além da fronteira nacional.

Além do mais, conforme destaque feito pelos autores, as influências econômicas, políticas e sociais apesar de terem forte influência nos resultados do processo de exportação, ainda não possuem uma produção acadêmica significativa e clara para utilização nos processos decisórios. Após a etapa de análises de resultados, o tópico a seguir, trará as conclusões apresentadas pelos pesquisadores, através das análises deste estudo como um todo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa objetivou apresentar dados significativos acerca da produção científica relacionada a Exportação. O processo ocorreu através da utilização da bibliometria e do mapeamento das publicações de artigos da base de dados *Spell*, em busca realizada em Março de 2017.

A interpretação das 57 publicações nacionais e estrangeiras, referentes à problemática proposta, ocorreu com base no referencial teórico que norteia este trabalho. Esse tipo de pesquisa justifica-se a partir das considerações exatas relacionadas no item anteriormente apresentado.

No que tange ao referencial teórico do artigo, destaca-se a compreensão básica da importância do conhecimento acerca das estratégias de internacionalização e da exportação como parte compositora do crescimento, principalmente das pequenas e médias empresas (LEQUAIN; NUNES, 2016).

Quanto aos dados da bibliometria, a diversidade de autores e a baixa reincidência dos mesmos na produção de mais de dois artigos afirmam a conclusão da temporalidade das publicações, a qual os aspectos econômicos, nacionais e internacionais influenciam nas estratégias de competitividade e ganho de mercado.

Com isso, além da restrição das informações gerencias das empresas, o número de organizações que pretendem e conseguem atingir o mercado externo ficam restritas a casualidade. Portanto o conhecimento sobre o tema internacionalização bem como a estratégia de exportação se faz indispensável ao desenvolvimento das organizações no atual contexto econômico.

Afirmações que puderam ser confirmadas na fase de mapeamento, pois foram avaliadas as seguintes variáveis de pesquisa: abordagem de pesquisa; número de autores por publicação; autores destaques; Instituições de Ensino Superior com maior vínculo acadêmico; produção de artigos ao longo do tempo; periódicos mais utilizados para publicação sobre o tema exportação; constructos mais utilizados para base de referencial teórico dos artigos e, por fim, as indicações de estudos futuros.



Relacionada a abordagem, observou-se a predominância dos aspectos qualitativos que representaram 86%, em contrapartida aos 12% referentes a utilização de métodos quantitativos. Além disso, houve em média a participação de três autores por artigo, sendo que das 57 publicações, 30% delas foram construídas por dois autores, 25% por três e 21% por quatro autores, a soma destes representa um total de 43 artigos. A Universidade de São Paulo – USP foi a Instituição destaque na produção científica, estando vinculada a 11 artigos, o que representa 9% do total pesquisado, seguida pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ com 08 artigos, representando 7% pela Fundação Getúlio Vargas, Pontifícia Universidade Católica e Universidade Federal de Santa Maria que somaram 12% de representatividade com 5 artigos por instituição.

Apesar do incremento de publicações após 2004, 18% dos artigos foram publicados nos anos de 2008 e 2010 e 21% foram publicados nos anos de 2005, 2009 e 2013. Esses índices revelam a oscilação da situação econômica do país, além do crescimento e estagnação do interesse pela pesquisa relacionada a exportação como estratégia de internacionalização. O periódico com maior número de publicações sobre o tema foi a Revista de Administração da USP (RAUSP) representando 19%, dado este vinculado a variável Instituição de Ensino Superior.

O constructo cooperação esteve presente em 21% dos artigos e vinculado a este, o termo consórcio compôs 12% dos artigos analisados, fatos estes relacionados ao crescente interesse acadêmico sobre os benefícios das redes de cooperação na construção de consórcios de exportação. Em consonância a isto o termo internacionalização foi citado em 19%, sendo a exportação uma das estratégias de abertura de mercado externo.

Além disso, o constructo marketing relaciona-se a abertura de mercado de exportação de serviços, assim como a importância do conhecimento da teoria do marketing no mapeamento das variáveis analisadas ao iniciar o processo de internacionalização. Por fim, juntos os termos inovação e logística somaram 16% e sua representatividade é explicada em função da defasagem da logística no Brasil quando comparada aos demais países industrializados, impactando de forma negativa no custeio dos processos de exportação.

Mesmo com algumas limitações, tais como: realizar o cruzamento das informações obtidas com publicações de outros eventos, periódicos e análise de artigos somente da base de

dados Spell, implicando na superficialidade de produções acerca do tema, considera-se que o método utilizado foi suficiente para alcançar o objetivo da pesquisa.

Com isso, conclui-se que os resultados da presente pesquisa representam importante contribuição acadêmica, podendo servir de referência para a iniciação de futuras pesquisas relacionadas à Exportação. Além disso, as indicações para posteriores estudos relacionam-se a análise de diferentes áreas de atuação para o comércio internacional, estratégias utilizadas pelas organizações no processo de internacionalização, bem como avaliação e mensuração dos ganhos financeiros e organizacionais através da exportação.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luis Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo, Edições 70, 2011.
- BELLINGIERI, Julio C. A economia no período militar (1964-1984): crescimento com endividamento. **Revista Hispeci & Lema, Bebedouro** –São Paulo, 2005.



Brasil. Ministério das Relações Exteriores. Divisão de Programas de Promoção Comercial. **Exportação Passo a Passo / Ministério das Relações Exteriores**. Brasília: MRE, 2011.

CARPES, A.; SCHERER, F. L.; CARVALHO, B. M.; SOUSA, M. B. D. Performance exportadora em MPE's: os consórcios de exportação como estratégia eficaz. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 7, n. 1, p. 32-47, 2013.

CASEIRO, Luiz C. Z. **Novas estratégias de internacionalização de empresas brasileiras: expansão geográfica, determinantes e alternativas de política industrial**. Dissertação de Mestrado da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, 2013.

CRUZ, A. I. G.; AMBROZIO, A. M. H.; PUGA, F. P.; SOUSA, F. L.; NASCIMENTO, M. M. **A Economia Brasileira: conquistas dos últimos dez anos e perspectivas para o futuro**. **BNDES**, out. 2012. Disponível em:

https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/961/4/A%20economia%20brasileira-conquistas%20dos%20ultimos%20dez%20anos%20_P-final_BD.pdf. Acesso em 15/05/2017

DAL-SOTO, Fábio ; ALVES, Juliano N.; BULÉ, Anieli E. Análise Do Processo De Internacionalização Do Modelo De Uppsala: Caminhos Para As Empresas Brasileiras. **Revista ESTUDO & DEBATE**, Lajeado, v. 21, n. 1, p. 179-199, 2014.,

DUNNING, John H. The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. **Journal of International Business Studies**, 1988.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Edição: 4ªed.. ed.: São Paulo: Atlas S.A., 2009

GODOI, Christiane K.; (org); MELLO, Rodrigo B. de (org.); SILVA, Anielson B. da (org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: Paradigmas, estratégias e métodos**. Edição: 2.ed.. ed.: São Paulo: Saraiva, 2010.

HITT, Michael A.; HOSKISSON, Robert E.; IRELAND, R. Duane. **Administração estratégica**. Edição: 3.ed.. ed.: São Paulo: Cengage Learning, 2015

JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan E. The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of International Business Studies**, 1977.

KOVACS, Erica P., MORAES, Walter F. A. de; OLIVEIRA, Brigitte R. B. de. Redefinindo Conceitos: Um Ensaio Teórico Sobre Os Conceitos-Chave

Das Teorias De Internacionalização. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v. 14, n. especial, p. 17-29, 2007

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. Edição: 7ªed.. ed.: São Paulo: Atlas S.A., 2010.

LIMA, L.. Disponível em: <http://epoca.globo.com/economia/noticia/2017/03/pior-recessao-da-historia-complica-retomada-da-economia-brasileira.html>. Acesso em 15/05/2017.

MARIOTTO, Fábio L. **Estratégia internacional da empresa**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MOTA, Roberta B. **Decisões Estratégicas no Processo de Internacionalização de Empresas: “Forma de Entrada” e “Seleção de Mercado”**. II Encontro de Estudos em Estratégia – ANPAD, São Paulo 09 a 11 de Maio, 2007.

NETO, Alfredo J. M.; ALMEIDA, Fernando C. de. Os Condicionantes Do Comportamento Exportador Da Indústria Calçadista Francana. **Revista READ – Edição Especial 58, Vol 13, Nº 4**, dezembro de 2007.



- NUNES, Moema P.; LEQUAIN, Laura de S. A utilização da inteligência competitiva na seleção de mercados para exportação: Uma análise comparativa de quatro métodos. **Internext**, São Paulo, v.11, n.3, p. 22-35, set/dez, 2016.
- PASCOTTO, F. L.; YEMAL, J. A. Exportação de açúcar: a conteineirização das sacas de açúcar. **InternexT - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 4, n. 2, art. 5, p. 68-82, 2009.
- PETRAGLIA, J.; GOZZI, S.; TOLEDO, L. A.; PERROTTA, K. Infraestrutura logística sob o prisma da exportação de etanol brasileiro. **Gestão & Regionalidade**, v. 25, n. 74, art. 79, p. 106-118, 2009.
- PETRY, Jonas F.; BRIZOLLA, Maria M. B.; HERCULANO, Harlan de A.; HEIN, Nelson. Influência da internacionalização das empresas brasileiras na criação de valor. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, 2014.
- PORTER, Michael E. **Competição: Estratégias competitivas essenciais**. Edição: 16ªed.. ed.: Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.
- TEIXEIRA, Ana P. P.; FLORES, F. S. O modelo de internacionalização de uppsala sob a ótica da visão baseada em recursos (RBV). **Revista Eletrônica do Alto Vale do Itajaí - REAVI**, v. 3, n. 3, p. 001-012, set., 2014
- YIN, Robert K. **Estudo de caso: Planejamento e métodos**. Edição: 4.ed.. ed.: Porto Alegre: Bookman, 2010.