

## EXPORTAÇÃO: UMA ANÁLISE DA ESTRATÉGIA INICIAL DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Carla Diniz Naue<sup>1</sup>  
Nathalia Berger Werlang<sup>2</sup>

### RESUMO

O presente artigo constitui-se como um estudo descritivo e exploratório, que tem como objetivo identificar, por meio de um mapeamento bibliométrico, indicadores acerca das pesquisas sobre a Exportação como estratégia inicial de internacionalização. A análise de 57 artigos, filtrados pela palavra-chave “Exportação”, que consta na base de dados “Spell”, iniciou em Março de 2017. O processo de estruturação relacionou as seguintes variáveis: houve o envolvimento de 123 pesquisadores na elaboração das publicações e 54% foram elaborados por mais de um autor; 86% dos artigos utilizaram métodos de pesquisa qualitativos; a Universidade de São Paulo (USP) foi a Instituição de Ensino Superior (IES) com maior vínculo acadêmico e a Revista de Administração da USP – RAUSP foi o periódico destaque em publicações sobre o tema; os anos de 2008 e 2010 foram os períodos com maior número de publicações (10 artigos); os construtos com maior incidência foram a Cooperação que constou em 21% dos artigos, seguido pela Internacionalização (19%). A partir deste estudo, concluiu-se que as produções científicas disponibilizadas na base de dados *Spell* iniciaram em 1978 e a oscilação de publicações está diretamente relacionada aos aspectos econômicos do Brasil, que influenciam nas estratégias de competitividade e expansão de mercado. Os artigos analisados demonstram através dos estudos de caso, que existe restrição ao acesso do processo e dados financeiros do impacto da Exportação nas empresas em processo de Internacionalização. Por não haver uma linha concisa de pesquisa, a produção de base científica do processo de Internacionalização através da Exportação restringe-se também localização dos pesquisadores e por isso resulta em estudos empíricos e regionais.

**Palavras-chave:** Exportação; Internacionalização; Estudo Bibliométrico.

### ABSTRACT

The present article consists of a descriptive and exploratory study that aims to identify, through a bibliometric mapping, indicators regarding researches on Exportation as an initial strategy of internalization. The analysis of 57 articles, filtered by the word “Exportation” that is on the database “Spell”, started in March, 2017. The structuring process related the following variables: 123 researchers were involved in the preparation of the publications and 54% were elaborated by more than one author; 86% of the articles used qualitative methods of research; The University of São Paulo (USP) was de Higher Education Institution (HEI) with the greatest academic bond and the Administration Magazine of USP – RAUSP was the prominent journal in publications about the theme; 2008 and 2010 were the years with the greatest number of publications (10) articles; the constructs with the biggest incidence were the Cooperation which appears in 21% of the articles, followed by Internationalization (19%). From this study we conclude that the scientific production available on the database Spell

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

<sup>2</sup> 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.

started in 1978 and the oscillation of publications is directly related to the economic aspects of Brazil, which influence in the strategies of competitiveness and market expansion. The analyzed articles show through case studies, that there is restriction to access to the process and financial data of the impact of Exportation at companies in Internationalization process. For not having a concise line of research, the production of scientific basis on the internationalization process through the Exportation the localization of the researches is also restricted and therefore resulting in empiric and regional studies .

**Key words:** Exportation; Internationalization; Bibliometric Study.

## 1 INTRODUÇÃO

A globalização relaciona-se ao aumento de oportunidades através da ampliação de mercado e ao incremento na concorrência para o mercado interno. A inclusão de diversas empresas e produtos estrangeiros aumenta a concorrência e instabilidade nas condições de mercado e por isso diversos segmentos têm sido levados a projetar a inserção no mercado global e diminuir a dependência do mercado interno. A mudança no direcionamento das empresas interfere em todas as esferas gerenciais, pois o ambiente altamente competitivo impulsiona as empresas a adquirir certificações que comprovam a qualidade e eficiência dos processos produtivos (MOTA, 2007).

A exportação como estratégia de internacionalização possibilita o acesso a novos mercados, a fim de gerar vantagens comerciais significativas, como o aumento da eficácia dos processos produtivos e qualidade dos produtos, além do incremento financeiro na Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) (KOVACS; MORAES; OLIVEIRA, 2008). Em contrapartida, Teixeira e Flores, 2014 destacam que o processo de expansão reduz o tempo disponível para tomada de decisões gerenciais em função da velocidade de transformação do cenário internacional.

Para Porter (1999), o tempo continua a ser uma vantagem-chave, pois a forma como os líderes de mercado gerenciam suas atividades representam as fontes simultâneas de competitividade. No caso da exportação esta vantagem é considerada crítica, visto que os processos produtivos e de entrega tornam-se cada vez mais enxutos e diminuem o período para resposta ao mercado e as exigências dos clientes.

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

O estudo dos aspectos relacionados à exportação possui relevância ao contribuir no desenvolvimento teórico, além do direcionamento de futuras pesquisas relacionadas as lacunas teóricas apresentadas acerca do tema.

O presente artigo acadêmico está estruturado em cinco seções, onde a primeira constituída pela introdução ao tema proposto e quatro seções seguintes representadas pelo marco teórico sobre as abordagens e estratégias de internacionalização e a exportação como ferramenta de inserção das organizações no mercado externo; o método de pesquisa utilizado na coleta e análise dos dados a descrição e análise dos resultados e por fim as considerações finais sobre os resultados alcançados e as recomendações de estudos futuros.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para compreender o processo de expansão de mercado serão apresentadas a seguir as duas principais teorias relacionadas ao tema, a internacionalização vinculadas basicamente às perspectivas econômica e comportamental. Nos subcapítulos seguintes serão descritos os principais conceitos acerca das teorias, o Paradigma Eclético de Dunning e a Teoria Comportamental de Uppsala. A descrição dos aspectos da Exportação como estratégia inicial no processo de Internacionalização.

### **2.1 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 às estratégias de internacionalização, os aspectos político, econômico e o estrutural são levados em consideração para a concepção de referencial teórico.

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 englobam os diversos modelos até o momento desenvolvidos, com base em abordagem econômica e

comportamental. Ainda, de acordo com Dal-Soto, Alves e Bulé (2014) às 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), com o Paradigma Eclético apresentado em 1976 é um esboço inicial que analisa a produção internacional com enfoque na identificação dos fatores econômicos capazes de influenciar 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, e não há 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 geográficas 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 denominada visão “*OLI*”, em que cada sigla representa uma característica específica de diferencial competitivo, *Ownership* – Propriedade, *Location* – Localização e *Internalization* - Internalização,

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, a mesma abrange todos os aspectos 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 Johanson e Vahlne (1977), relaciona a internacionalização através de uma abordagem comportamental, na qual o processo ocorre de forma gradual e incremental, reflexo do crescimento da organização e saturação do mercado interno.

Ao questionar o modelo puramente econômico de Dunning, a experiência acadêmica feita por Johanson e Wiedersheim-Paul na Universidade de Uppsala, em (1975), aborda 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, ocorre a aquisição de subsidiária.

A compreensão do ambiente internacional ocorre conforme as experiências realizadas no mercado, a limitação acerca do conhecimento 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. E relaciona-se ao impacto da 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 a distancia 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).

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, e varia do menor (exportação direta) ao mais complexo (investimentos diretos) (MOTA, 2007). Desta forma, o presente trabalho irá abordar a Exportação como estratégia inicial de internacionalização.

## 2.2 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.

A exportação é descrita como a atividade de destinar produtos a clientes localizados fora das divisas geográficas, o baixo investimento nessa comercialização deve-se ao fato da mesma ocorrer através da simples remessa. A exportação não exige investimento de estrutura física para o comércio no país de destino e por isso a atividade é considerada a estratégia de internacionalização 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, inclui a análise 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, geralmente 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, o que permite, dessa forma, a redução de uma eventual distância psicológica entre os dois países a fim de facilitar 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 realizada neste estudo é de natureza teórica, caracterizada como um estudo descritivo e exploratório. Descritivo por apresentar indicadores referentes às publicações científicas sobre a Exportação, através do mapeamento das variáveis sobre o tema. Para Gil (2009), pesquisas descritivas buscam descrever as características de alguma população ou fenômeno determinado.

Além disso, o estudo em questão enquadra-se também como exploratória, pois relaciona a exportação numa esfera atualizada sobre o assunto, através de um estudo bibliométrico, em que o mesmo iniciou por um levantamento de produções disponíveis na base de dados Spell. Uma pesquisa exploratória busca criar uma maior familiaridade com o problema, e busca torná-lo mais explícito (GIL, 2009).

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 das produções teóricas, a pesquisa em questão enquadra-se como qualitativa por não efetuar um estudo estatístico do tema, característica esta exclusiva de produções quantitativas. 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.

O mapeamento das variáveis sobre o tema iniciou em Março de 2017, através da busca de artigos científicos na base de dados *Spell*, pela palavra-chave “exportação”. Não foram utilizados filtros adicionais, além da categorização de produção acadêmica denominada “artigo”,

O resultado da busca gerou um total de 61 artigos que continham a palavra-chave exportação em seu título. No entanto, conforme a análise evoluiu foram desclassificados 4 artigos em função dos mesmos não conterem todos os requisitos, portanto o referencial para análise de conteúdo foi composto 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 objetivo de expressar alguns dados acerca da Exportação: como estratégia inicial de Internacionalização, investigou-se as seguintes variáveis: natureza e abordagens das pesquisas, número de publicações por autores, Instituições de Ensino e periódicos com maior vínculo acadêmico na produção e publicação dos artigos, análise temporal das publicações e principais construtos.

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.

#### **4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

A análise dos 57 artigos relacionados na pesquisa resultou no levantamento de diversos aspectos específicos que estão representados nas tabelas e gráficos a seguir apresentados. De acordo com Silva e Neto (2010) a metodologia é uma etapa secundária que norteia a análise científica, principalmente no que tange os instrumentos e processos de coleta de dados.

A diferença entre qualitativo e quantitativo não deve ser a parte central do processo de investigação, e sim a definição clara dos pressupostos que nortearão os estudos realizados. A distribuição das abordagens metodológicas realizadas nos artigos analisados está representada no gráfico abaixo.

Através do Gráfico 1 é possível constatar que a abordagem mais utilizada foi a pesquisa qualitativa. O método qualitativo este presente em 86% das publicações, ou seja em 49 dos 57 artigos analisados. 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 em relação à temática abordada é de aspecto quantitativo.



**Gráfico 1: Classificação por abordagem metodológica.**

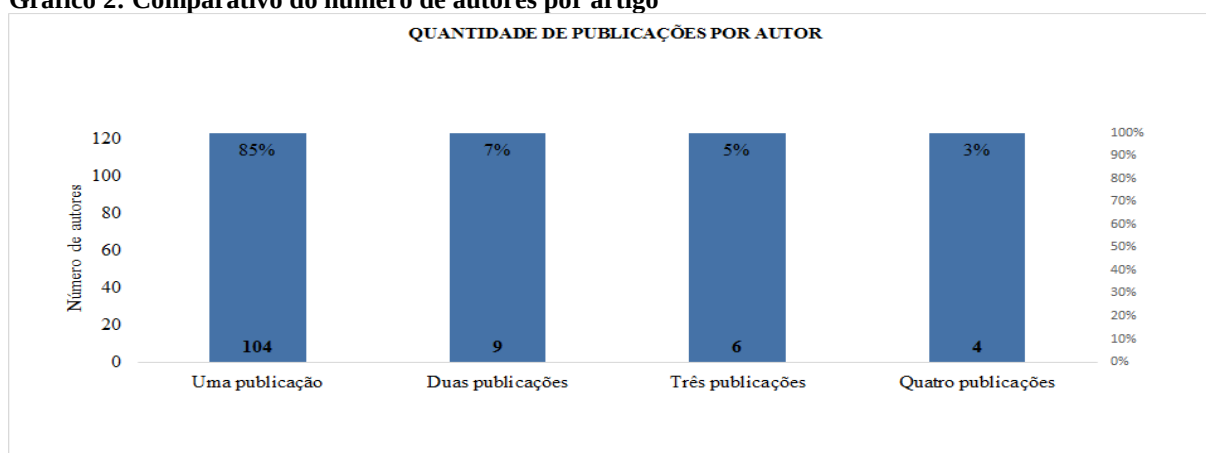


Fonte: Dados da Pesquisa

As pesquisas que utilizaram os métodos qualitativos de análise foram realizados principalmente em empresas, cooperativas e segmentos de produção com potencial de exportação. A principal estratégia de pesquisa utilizada nestes casos foi o estudo de caso, método que possibilita descoberta e compreensão de determinado fenômeno de forma genérica (YIN, 2010).

A diversificação de pesquisas a campo relacionadas a Exportação é descrita por Dal-Soto, Alves e Bulé (2014), através do número crescente e diversificado de pesquisadores, envolvidos na construção de referencial teórico para explicação dos aspectos relacionados às estratégias de internacionalização, fato este que pode ser avaliado no gráfico abaixo apresentado.

**Gráfico 2: Comparativo do número de autores por artigo**



Fonte: Dados da pesquisa

Verifica-se que dos 123 autores que participaram na construção dos 57 artigos,

observa-se que 85% participaram somente em um publicação e 15% tiveram participação em mais de um artigo. O número de publicações por autor demonstra que não há continuidade na investigação inicialmente proposta, e pode ser resultado da falta de pesquisadores especialistas no tema. As estratégias de internacionalização por serem dependentes de variáveis externas e relacionadas a volatilidade de mercado, não possuem uma base de análises estruturada como o marketing, por exemplo.

**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 Zouain (ZOUAIN, D. M.)         | 3                     | 5          |
| Demais autores (2)                            | 9                     | 16         |
| Demais autores (1)                            | 17                    | 30         |
| <b>Total de artigos</b>                       | <b>57</b>             | <b>100</b> |

Fonte: Dados da pesquisa

A baixa reincidência de publicações por um mesmo autor, está representada também na Tabela 1, onde estão listados os 09 autores com maior número de artigos. 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, atuou principalmente nos seguintes temas: logística, transporte, estratégia de manufatura, operadores logísticos e portos. O autor concluiu o doutorado em 1976, no ramo de Engenharia de Produção pela Universidade de Tecnologia de *Loughborough*, em Londres.

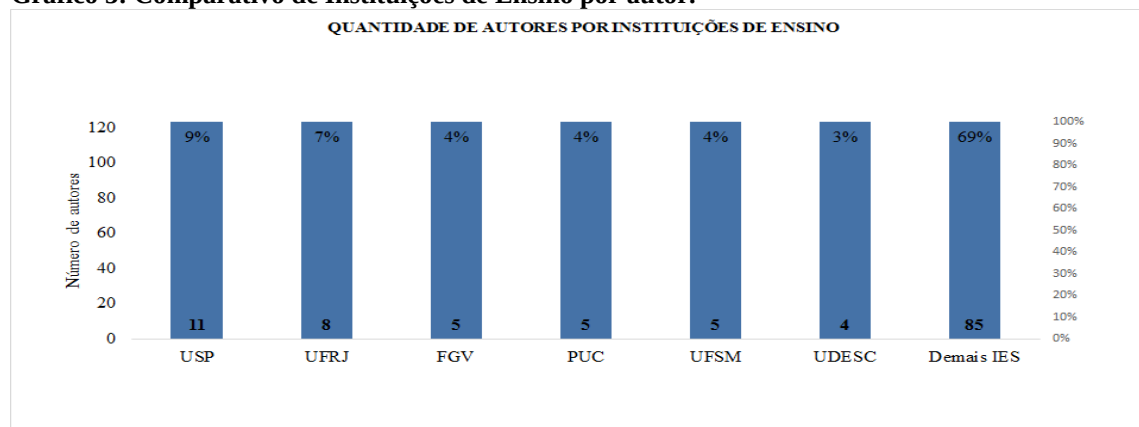
Na segunda e terceira posição, como autores que mais publicaram estão Aletéia de Moura Carpes e Flávia Luciane Scherer, ambas publicaram 4 artigos cada, entre os anos de 2012 e 2013. A igualdade de publicações entre Aleteia e Flávia deve-se ao fato de ambas

possuírem ligação acadêmica com a Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), onde Aleiteia compõem parte integrante de grupos de estudo sob a coordenação de Flávia. Dra. Flávia Luciane Scherer compõem 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 desenvolvidora de 3 dos 4 artigos publicados pelas autoras supracitadas, dado este que sugere, 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. A participação relevante da Universidade de São Paulo (USP) e a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) nos vínculos acadêmicos levantados nessa tabulação sugerem ligação com as seguintes variáveis: localização e contexto histórico.

**Gráfico 3: Comparativo de Instituições de Ensino por autor.**



Fonte: Dados da pesquisa

Ao transcorrer sobre as Principais Instituições de Ensino Superior e, em observância ao Gráfico 3, destaca-se que a Universidade de São Paulo (USP) possui vínculo acadêmico com 11 dos 123 autores. A relação acadêmica quanto a produção científica sobre a Exportação pode estar relacionada a fundação da Faculdade de Economia e Administração (FEA) da USP em 1946, período este em que houve a criação de programas específicos para análise e gestão de comércio exterior. 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, resultado, por exemplo, dos 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.

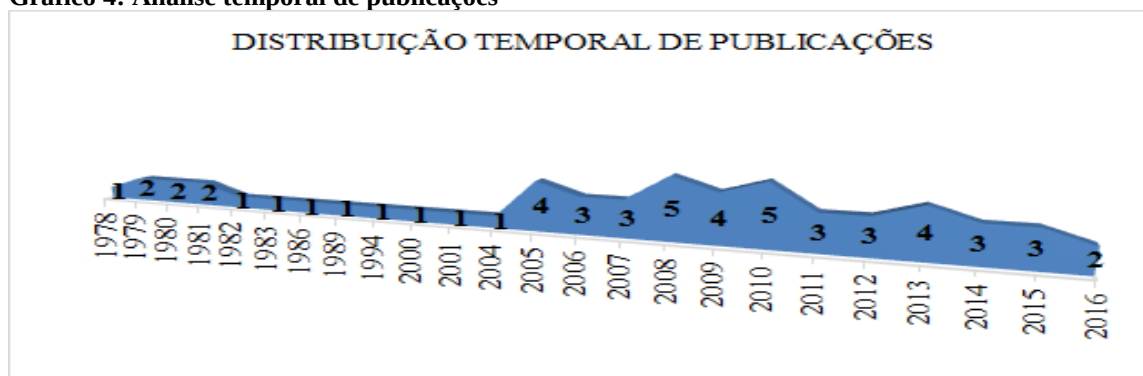
Em consonância com a análise temporal e a situação econômica do país, em 1946 com objetivo de formar especialistas para atender ao setor produtivo, através da utilização de experiências norte-americanas de ensino, foi criada a Fundação Getúlio Vargas (FGV), liderada pelo economista Eugênio Gudin. Além 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.

A UFSM, possui vínculo com 5 dos 9 autores com mais publicações, número este que pode ser resultado da crescente investigação no processo de internacionalização, um dos principais objetivos do Programa de Pós Graduação em Administração (PPGA). A criação do Curso de Doutorado em 2012, a potencializou o processo de investigação e nesse sentido, algumas ações e metas quanto as produções foram estabelecidas. Com relação às demais Instituições, a produção acadêmica está contemplada pelo crescimento do interesse pelas linhas de pesquisas voltadas à compreensão dos fatores considerados relevantes para expansão comercial do Brasil.

Conforme descrito anteriormente o aspecto de temporalidade incorreu na criação de Instituições de Ensino bem como nos programas de pesquisa voltados a análise das estratégias e ferramentas de acesso ao mercado externo. Fato este, que pode ser destacado no gráfico abaixo apresentado.

**Gráfico 4: Análise temporal de publicações**



Fonte: Dados da pesquisa

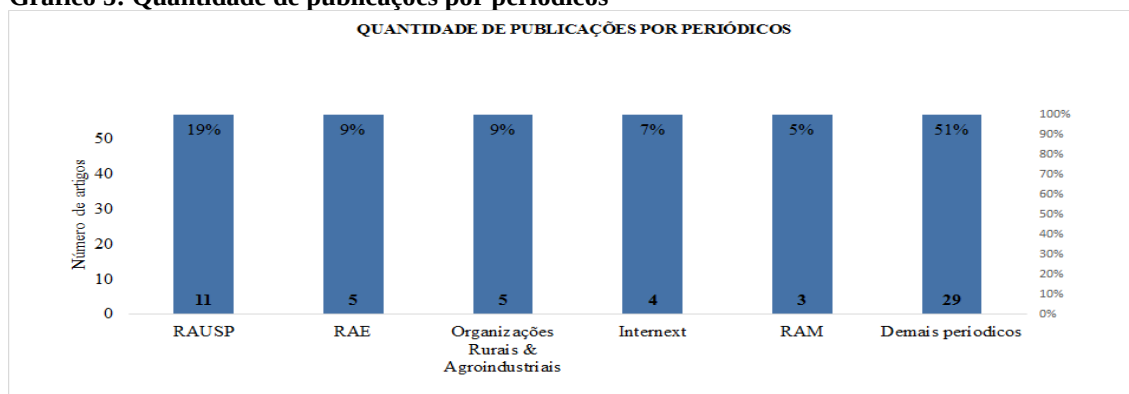
De acordo com a distribuição temporal de publicação por ano, observa-se que houve um incremento de publicações acerca do tema exportação após o ano de 2004, que dos 57 artigos, 18% deles foram publicados nos anos de 2008 e 2010 e 21% foram publicados nos anos de 2005, 2009 e 2013. No entanto, após 2013 houve uma redução com relação à 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 houveram mudanças no cenário econômico, relacionadas principalmente à retração dos setores agropecuário, industrial e de 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).

Ao comparar a oscilação da produção científica do tema Exportação, aos principais periódicos utilizados para as publicações, é possível demonstrar que a revista utilizada possui ligação com o tema, Instituição de Ensino Superior e método de pesquisa.

**Gráfico 5: Quantidade de publicações por periódicos**



Fonte: Dados da pesquisa

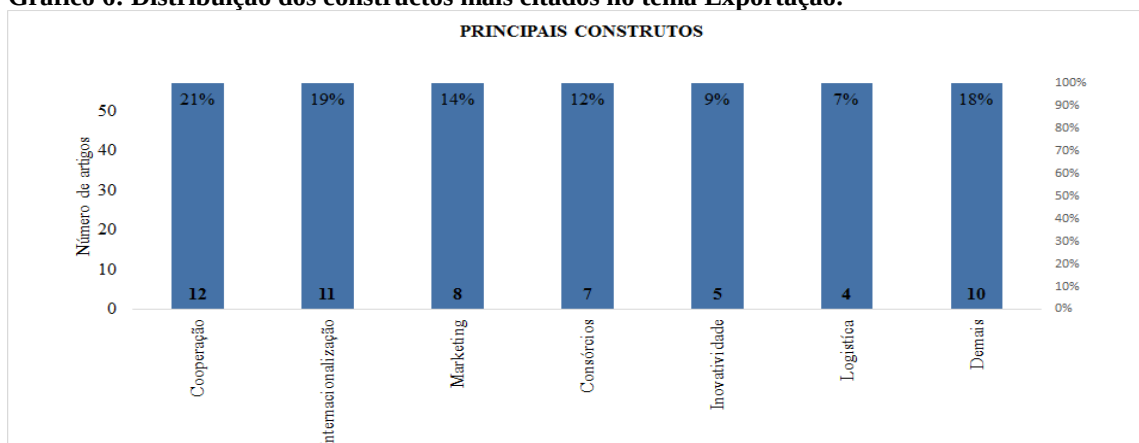
O número de publicações das revistas RAUSP (Revista de Administração da USP) e RAE (Revista de Administração de Empresas) está vinculado às mantenedoras das mesmas, Instituições de Ensino USP e FGV. A Revista Organizações Rurais & Agroindustriais, da Universidade Federal de Lavras (MG) demonstra número expressivo de artigos em função do interesse pela análise dos consórcios de exportação, meio pelo qual os produtores de commodities usualmente utilizam para iniciar a expansão de negócios.

Com relação a Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext) o interesse do periódico ao abrir espaço para a divulgação de artigos científicos, ensaios e estudos de caso didáticos está ligado ao interesse pela disseminação da Exportação como ferramenta para Gestão Internacional. Pressuposto este vinculado também a Revista de Administração Mackenzie (RAM), que busca contribuir cientificamente ao conhecimento da gestão de negócios em um ambiente globalizado.

Dos 57 artigos, 28 utilizaram 5 principais revistas para divulgação da investigação científica, e por isso associa-se o fato às questões de Instituições de Ensino, métodos de pesquisa e oscilação econômica do Brasil com relação ao Mercado Internacional.

Ao sequenciar a análise de conteúdo, o Gráfico 6 elenca os construtos com maior incidência nos 57 artigos avaliados.

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



Fonte: Dados da pesquisa

O construto 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 dos 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, visto que a mesma é a 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 Zouain 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. <i>et al</i> (2009)                      |
| Relacionar as variáveis causa e efeito que impactam na demanda, a fim de produzir padrões claros, na tomada de decisão como apoio estratégico.                                      | Santos, M. C. D <i>et al</i> (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. <i>et al</i> (2014)                    |
| Verificar a influência dos fatores externos sobre a adoção dos programas específicos de exportação.                                                                                 | Alcântara, J. N. <i>et al</i> (2015)                   |
| Relacionar o desempenho exportador com a utilização de programas governamentais.                                                                                                    | Alcântara, J. N. <i>et al</i> (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.

Referente as indicações propostas no Quadro 2, observa-se que os autores, em geral, indicam produções científicas acerca da Exportação como estratégia inicial de Internacionalização com todas as variáveis relacionadas. Essas análises teriam o papel de trazer informações aplicáveis às organizações que buscam a expansão de mercado. Conclui-se que, há bastante para ser analisado em relação às 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 identificar, por meio de um mapeamento bibliométrico, indicadores acerca das pesquisas sobre a Exportação como uma análise estratégica inicial de internacionalização. 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 da Exportação como estratégia inicial de Internacionalização, 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 gerenciais 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% das publicações, em contrapartida aos 12% dos métodos quantitativos. A Universidade de São Paulo – USP foi a Instituição destaque na produção científica, vinculada a 11 artigos do total pesquisado, seguida pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

com 08 artigos, e a Fundação Getúlio Vargas, Pontifícia Universidade Católica e Universidade Federal de Santa Maria que juntas somaram 15 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) presente em 19% das publicações, dado este vinculado a variável Instituição de Ensino Superior.

O construto 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%, fato este comprovado pela utilização da exportação como uma das estratégias de abertura de mercado externo.

Além disso, o construto 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, impacto negativo 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*, e por isso implicou 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, e sua construção poderá servir 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 Luís 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.; SANTOS, 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.; AMBRÓSIO, 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](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 containerização 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.