



University of
Texas Libraries



e-revist@s



Centro Universitário Santo Agostinho

revistafsa

www4.fsnet.com.br/revista

Rev. FSA, Teresina, v. 21, n. 5, art. 2, p. 20-47, mai. 2024

ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983

<http://dx.doi.org/10.12819/2024.21.4.2>

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

WZB
Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung



Estratégia de Internacionalização de Empresa: Panorama da Produção Científica de 2013 a 2023

Company Internationalization Strategy: Overview of Scientific Production from 2013 to 2023

Tatiana Dornelas de Oliveira Mendes

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
Doutoranda em Administração de Empresas pela Universidade do Grande Rio
Discente do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) (UNIGRANRIO)
E-mail: dornelas.tatiana@gmail.com

Josir Simeone Gomes

Doutor em Administração pela Universidade Federal do Rio de Janeiro
Pós-Doutorado pela Universidade Carlos III de Madrid
Professor Adjunto do Programa de Mestrado e Doutorado da (UNIGRANRIO)
E-mail: josirgomes@gmail.com

Endereço: Tatiana Dornelas de Oliveira Mendes

Rita de Cassia Ribeiro Coelho Rua Professor José de Souza Herdy, 1160. Jardim Vinte e Cinco de Agosto, Duque de Caxias - RJ, CEP 25071- 202., Brasil.

Endereço: Josir Simeone Gomes

Rita de Cassia Ribeiro Coelho Rua Professor José de Souza Herdy, 1160. Jardim Vinte e Cinco de Agosto, Duque de Caxias - RJ, CEP 25071- 202., Brasil.

Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues

Artigo recebido em 12/12/2023. Última versão recebida em 09/01/2024. Aprovado em 10/01/2024.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review (avaliação cega por dois avaliadores da área).

Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação



RESUMO

Nos dias de hoje, as organizações enfrentam uma forte concorrência, sendo essencial buscar novas formas de atuação no mercado. Uma das estratégias para que possam sobreviver é por meio da internacionalização de seus negócios. Diante de sua importância, o objetivo desta pesquisa foi traçar um panorama das publicações sobre internacionalização na base científica *Scopus*, considerando o recorte temporal de janeiro de 2013 a dezembro de 2023. A pesquisa de abordagem quantitativa, pesquisou os trabalhos que apresentam a palavra “internacionalização” no título, no resumo e nas palavras-chave, na base de dados *Scopus*, utilizando a ferramenta *RStudio*, *Bibliometrix* e *Biblioshiny*. Para tanto, optou-se por um trabalho caracterizado como uma pesquisa bibliométrica utilizando dados coletados nas bases de dados. Ao final da coleta, o *corpus* da pesquisa foi de 40 artigos, considerando artigos de periódicos nacionais e internacionais. Pode-se dizer que o tema carece de mais pesquisas, devido a sua importância para as organizações. Observou-se ainda que a maior parte dos trabalhos publicados nessas bases está concentrada entre Brasil e Colômbia.

Palavras-chave: Internacionalização de empresa. Estratégia empresarial. *Scopus*; *New Ventures*.

ABSTRACT

Nowadays, organizations face strong competition, making it essential to look for new ways of operating in the market. One of the strategies they use to survive is to internationalize their businesses. Given its importance, the aim of this research was to draw up an overview of publications on internationalization on the Scopus scientific database, considering the time frame from January 2013 to December 2023. The research, which took a quantitative approach, searched for papers with the word "internationalization" in the title, abstract and keywords in the Scopus database using the RStudio, Bibliometrix and Biblioshiny tools. To this end, we opted for a study characterized as bibliometric research using data collected from the databases. At the end of the collection, the corpus of the research was 40 articles, including articles from national and international journals. It can be said that the topic needs more research due to its importance for organizations. It was also observed that most of the papers published in these databases are concentrated in Brazil and Colombia.

Keywords: Internationalization of companies. Business strategy. Scopus. New Ventures.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente as organizações enfrentam uma concorrência cada vez mais acirrada e que tem se intensificado cada vez mais por conta do processo de globalização. Uma das formas de buscar a sobrevivência nesse ambiente ocorre por meio da internacionalização dos seus produtos e serviços.

A competitividade é um dos aspectos fundamentais para a entrada no mercado internacional, podendo ocorrer por meio de exportações, desde que a empresa esteja preparada para alcançar altos níveis de inovação, produtividade e estrutura de negócios (CÓRDOBA; RODENES; RUEDA, 2018).

Nos últimos anos, a produção de conhecimento na área de estratégia de internacionalização de empresas vem aumentando, proporcionando uma maior quantidade de informação publicada no mundo. Esse ambiente cada vez mais dinâmico e com mudanças complexas exige ações rápidas por parte das organizações. Essa busca incessante por estratégias que auxiliem as empresas traz à tona a internacionalização de empresas, uma forma de ampliar o escopo da organização.

Para que essa pesquisa pudesse ser realizada, uma busca por referencial bibliográfico foi realizada, de modo a embasar sua importância. Em seguida, foi realizado um estudo utilizando o método bibliométrico, que corresponde ao processo de extração de dados mensuráveis por meio de uma análise dos estudos publicados (AGARWAL *et al.*, 2016).

Diante do exposto, este trabalho tem como principal objetivo apresentar um panorama bibliométrico sobre a internacionalização de empresas na comunidade científica. O recorte temporal para este estudo foi de 10 anos, de janeiro de 2013 a dezembro de 2023, destacando as revistas com mais publicações, bem como suas classificações Qualis-Capes, os países que mais publicam e as principais tendências de publicações sobre o tema. Para que fosse possível realizar a pesquisa, foram utilizados os dados publicados na base científica *Scopus*.

Foram considerados artigos em português, inglês e espanhol, utilizando-se para a busca a palavra “internacionalização” no título, no resumo e nas palavras-chave, sem restrição de países ou extrato Qualis-Capes, levando-se em consideração os trabalhos publicados na área de *business, management e accounting*. Ademais, ressalta-se que foram desconsiderados os artigos publicados com temas diversos aos pesquisados.

O presente artigo está estruturado em cinco partes. Além desta introdução, que possui o objetivo de orientar o leitor no percurso das reflexões projetadas no trabalho, é possível encontrar um capítulo de fundamentação teórica, que destaca as principais discussões acerca

do tema de internacionalização de empresas. A seção seguinte abrange o detalhamento dos procedimentos metodológicos aplicados nesta pesquisa, esclarecendo ainda como os dados foram obtidos. Na análise e discussão são apresentados os principais resultados obtidos com os dados coletados. Por fim, encontram-se as considerações finais do estudo em questão.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O processo de globalização acontece a passos largos, fazendo com que as organizações intensifiquem a busca por novas maneiras de se destacarem no mercado. Ressalta-se que a globalização é relevante para o crescimento das empresas, movimentando os mercados globais. "A globalização de mercados refere-se à integração econômica e à crescente interdependência de países, que ocorrem em escala mundial" (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERGER, 2010, p. 4). Para que seja possível lidar com esse ambiente, muitas empresas têm optado pela estratégia de internacionalização de seus negócios, ampliando o seu escopo, buscando reduzir seus custos, elevando seus lucros e conquistando novos mercados (COSTA; SANTOS, 2010). É importante ressaltar que o processo de internacionalização é gradual e exige atenção por parte dos gestores, sendo entendido como um processo que possui etapas incrementais de longo prazo (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERGER, 2010).

Destaca-se que a estratégia deve ser pensada pela organização como uma sequência de análises e escolhas que deve ser feita de forma cuidadosa pelos gestores. A principal ideia é a adaptação da organização ao que ocorre em seu entorno (BARNEY, 2011). O processo de internacionalização tem suscitado cada vez mais interesse de organizações e pesquisadores, sendo considerado um tema relevante no contexto global, diante das diversas modificações que vêm ocorrendo na economia mundial. Salienta-se, então, que as atividades internacionais se tornaram de suma importância para que as organizações busquem crescimento e sobrevivência no mercado (COSTA; SANTOS, 2011; CZINKOTA; RONKAINEN, 2008; PORTER, 1999).

Os mercados internacionais oferecem diversas oportunidades para empresas do mundo todo, sendo um enorme campo de atuação para a maior parte dos gestores. Caso a empresa consiga conquistar e fidelizar seus clientes, suas chances de conquistar vantagem competitiva no mercado em que atuam crescem de forma considerável. O termo internacionalização pode ser entendido como um processo de envolvimento crescente das atividades organizacionais de forma internacional. A quantidade de atividades transfronteiriças de uma empresa pode, portanto, ser expressa por seu grau de internacionalização (HADRYIS-NOVAK, 2018).

Dessa forma, pode-se dizer que a internacionalização é um fluxo de decisões, que abarca decisões financeiras, de custo, tempo e incertezas e ainda o modo de entrada no mercado. Conforme relatado por Hadrys-Nowak (2018), um aspecto crítico no processo de internacionalização é o comprometimento necessário de recursos em termos de investimentos.

As formas de entrada em um ambiente internacional devem ser muito bem pensadas e traçadas pelos gestores. Sendo assim, é necessário levar em consideração aspectos como as características dos produtos, da empresa e dos consumidores (ANDERSON; GATIGNON, 1986). Diante do exposto, o presente subcapítulo visa apresentar ao leitor um referencial teórico acerca do tema da internacionalização, perpassando pelos principais modelos de internacionalização.

As empresas têm buscado cada vez mais sua inserção nos mercados internacionais nos últimos anos, principalmente diante das mudanças ambientais ocorridas nos últimos anos, tais como o aumento da incerteza, o tamanho das organizações, o declínio da manufatura e a concentração e surgimento de alianças (OTLEY, 1999). Diante da alta concorrência em seus países, muitas vezes a atuação em negócios fora da sede tem crescido de forma vertiginosa. Os mercados internacionais oferecem diversas oportunidades para empresas do mundo todo, sendo um enorme campo de atuação para a maior parte dos gestores. Caso a empresa consiga conquistar e fidelizar seus clientes, suas chances de conquistar vantagens crescem muito.

A globalização aumentou a oferta de produtos e serviços nos mais diversos países. Diante disso, as organizações precisam buscar inovação e o oferecimento de um bom serviço aos seus clientes. A globalização econômica constitui-se na integração das economias nacionais com a economia internacional por meio do comércio, investimento estrangeiro direto (por corporações e multinacionais), fluxos de capital em curto prazo, fluxos internacionais de trabalhadores e pessoas em geral, e fluxos de tecnologia (BHAGWATI, 2004, p. 22).

O advento da globalização traz diversas novas oportunidades às organizações. No entanto, para ser bem-sucedido e conquistar vantagem competitiva, as organizações precisam traçar objetivos e ter estratégias muito bem definidas. Sua gestão deve ser muito bem-feita, tendo em vista que diversos desafios irão ocorrer. O processo de internacionalização vem acontecendo ao longo dos anos, tendo seu surgimento ainda na Idade Moderna (COSTA; SANTOS, 2011). A partir do pós-guerra, uma intensificação do processo de internacionalização teve início, ampliando inclusive estudos sobre o tema.

Para que tenham sucesso internacionalmente, as organizações devem estar atentas aos diversos percalços que podem ocorrer no caminho, bem como estar atentas ao que acontece

no mercado externo. Dessa forma, seus gestores devem ter total atenção ao identificar oportunidades e traçar estratégias em busca de uma vantagem competitiva perante os concorrentes.

O processo de internacionalização pressupõe a transposição de fronteiras para que as trocas comerciais ocorram. Destaca-se que as organizações devem ajustar suas condições internas antes de entrarem no mercado internacional, avaliando como será feita a sua estratégia: (1) por meio de importação; (2) por meio de investimento; (2) por meio de exportação (CÓRDOBA; RODENES; RUEDA, 2018). De forma geral, toda empresa é considerada internacionalizada quando possui algum tipo de relacionamento ou contato com clientes e/ou fornecedores estrangeiros (DALLAS COSTA, 2004). Portanto, tecnicamente, o conceito de internacionalização é um processo gradual, caracterizado por etapas incrementais de longo prazo para a fixação de uma empresa em outro país, criação de filiais no exterior ou no processo de exportação (CAVUSGIL; TAMER, *et.al*, 2010).

Uma companhia pode ser entendida como internacionalizada ao possuir algum tipo de relacionamento com clientes e/ou fornecedores estrangeiros (COSTA; SANTOS, 2011). Dessa forma, entende-se o conceito de internacionalização como algo gradual, composto por etapas incrementais de longo prazo: 1) Foco no mercado doméstico; 2) Etapa Pré-Exportação; 3) Envolvimento Experimental; 4) Envolvimento Ativo; 5) Comprometimento (CAVUSGIL *et.al*, 2010).

A tomada de decisão de uma empresa em iniciar o processo de internacionalização possui como principal motivo o viés econômico, visto que a companhia busca redução de custos, elevação dos lucros da empresa e ainda a conquista de diferentes mercados (COSTA; SANTOS, 2011). Conforme os autores Maciariello e Kirby (1994), a estratégia adotada por uma empresa durante sua atuação internacional é de suma importância, pois é ela que possibilita a determinação dos fatores-chave de sucesso relevantes.

Na literatura existem dois entendimentos acerca do conceito de internacionalização. Uma dessas vertentes é a discutida por Dunning (1998) e Vernon (1966), com um entendimento mais econômico, avaliando os custos de internacionalização e suas vantagens econômicas. A teoria econômica de Dunning (1988) afirma ainda que a localização, a propriedade e a internalização devem ser levadas em consideração.

Entre as principais teorias estão a Teoria do Poder de Mercado (HYMER, 1960), Ciclo de vida do produto (VERNON, 1966), Teoria da Internalização (BUCKLEY; CASSON, 1976) e Paradigma eclético (DUNNING, 1977; 1988). Tem-se ainda o entendimento defendido por Johanson e Vahlne (1990), baseado em abordagens comportamentais e com

maior foco na busca pelas melhores oportunidades de posicionamento no mercado externo por conta da expansão da demanda. Na abordagem comportamental de Johanson e Vahlne (2001), a ideia é que a internacionalização deve ser baseada em observações empíricas. Esse modelo defende que as organizações não devem realizar grandes investimentos de uma só vez, mas sim, aos poucos.

Estão entre as principais teorias, o Modelo Uppsala (JOHANSON; VAHLNE, 1977), Empreendedorismo internacional (MCDOUGALL, 1989) e *Networks* (JOHANSON; MATTSON, 1988). De acordo com os estudos de Ribeiro (2016), existem ainda as teorias mais recentes, que surgiram por conta do advento do processo de internacionalização de empresas oriundas de países emergentes e que possuem o foco de explicar esse processo. São elas: o Paradigma *Linkage, Leverage, Learning* (LLL) (MATHEWS, 1996); *Investment Development Path* (IDP) (DUNNING, NARULA, 1996); Teoria das vantagens competitivas (RAMAMURTI; SINGH, 2009); e a Teoria *Born Global* (RENNIE, 1993).

A Teoria do Poder de Mercado é inspirada na Teoria da Firma e na Teoria da Organização Industrial. A base dos estudos foi lançada por Hymer (1960) e está registrada em seu livro de 1976 (HEMAIS; HILAL, 2004), definindo que a firma corresponde ao agente para o poder de mercado e de conluio.

Diante das imperfeições no mercado, é mais vantajoso coordenar as atividades de produção dentro da firma, ao invés de mediá-las nos mercados. Diante desse contexto, as firmas podem internalizar o mercado por meio de investimentos diretos ou, ainda, externalizar os mercados via licenciamento (MADEIRA, 2009). Destaca-se que as teorias sobre internalização e o poder de mercado não são excludentes, mas sim complementares, buscando entender o crescimento de multinacionais (BUCKLEY, 1990; HEMAIS, HELAL, 2004).

Os estudos sobre a Economia dos Custos de Transação foram iniciados e desenvolvidos por Ronald Coase (1937), por meio da publicação do livro “*The Nature of the Firm*”. No entanto, sua teoria só ganhou maior visibilidade com os estudos de Oliver Williamson (1985; 2012), a partir dos anos de 1970 (THIELMANN, 2013).

Neste ínterim, aborda a transação como a unidade básica de análise, em que “uma transação ocorre quando um bem ou serviço é transferido ao longo de uma interface tecnologicamente separável. Um estágio de atividade termina e outro começa” (WILLIAMSON, 2012, s.p.). Fiani (2011) complementa dizendo que os custos de transação condizem com as maneiras possíveis de se organizar a atividade produtiva das empresas.

Os estudos dos custos de transação estão fixados nos estudos da Nova Economia Institucional, que é fundamentada em dois pilares: a racionalidade limitada, onde todos os

contratos são incompletos e o oportunismo, em que a ação do indivíduo é voltada para o interesse próprio (COASE, 1937). É importante entender que uma empresa que decide se instalar em um mercado incorrerá em custos, os chamados custos de transação, de acordo com a Teoria dos Custos de Transação (BORINI; COELHO; RIBEIRO; PROENÇA, 2004).

O principal autor da Teoria da Organização Industrial (OI) é Bain (1959), que estudou os padrões existentes nas estruturas de mercado, bem como as formas de conduta entre vendedores e compradores e ainda o desempenho do mercado na economia dos Estados Unidos. A esse modelo dá-se o nome de Estrutura, Conduta e Desempenho (*Structure, Conduct, Performance*) ou ECD. Bain (1959) demonstra que existe uma relação entre a estrutura, a conduta e o desempenho de uma empresa e que essa relação é capaz de explicar o desempenho do mercado e até mesmo indicar o que pode vir a acontecer.

A Teoria do Ciclo do Produto é baseada nos estudos do autor Hirsch (1965), que apresenta as características do ciclo dos produtos, e ainda nos estudos de Vernon (1966; 1979; 1980), que estuda o comércio internacional e os investimentos. De acordo com os estudos de Hirsch (1965), os produtos passam por fases em seu ciclo de vida, que vão desde a invenção até a maturidade, possuindo taxas de crescimento da demanda que variam. O autor entende que no início o crescimento é lento, acelerando-se com o tempo e caindo novamente quando chega a maturidade.

Na fase de Introdução, a empresa comercializa apenas no mercado doméstico e possui monopólio temporário do produto no mercado. Posteriormente, com crescimento do produto relacionado a vendas, a empresa aumenta seu processo produtivo e sua receita e, conseqüentemente, começa a busca por mercados externos. E por fim, a partir do momento em que o processo de desenvolvimento, vendas e inovação do produto se qualifica, inicia-se o processo de maturação, o qual seria a empresa já inserida no mercado externo. Nesse processo, a empresa perde o seu monopólio, visto que há o aumento do número de empresas concorrentes e altamente especializadas, e, na maioria dos casos, ao iniciarem o seu processo de internacionalização, possuem uma margem pequena de lucro (VERNON, 1966). Há também a etapa de declínio, na qual o produto poderá sumir do mercado ou simplesmente ser substituído por outros com melhores atributos (CIGNACCO, 2009).

Destaca-se que as fases são acompanhadas por mudanças na mão de obra, no capital e até nas habilidades gerenciais, fazendo com que a empresa sofra implicações na competitividade internacional. Dessa forma, pode-se dizer que, segundo a Teoria do Ciclo do Produto, a competitividade internacional não é constante ao longo do tempo (HIRSCH, 1965). Vernon (1966; 1979) complementa os estudos, apresentando a ideia de como os investimentos

diretos acontecem em países estrangeiros e ainda como é modificado o padrão de exportação, importação e produção no exterior, de acordo com a fase do ciclo de vida do produto.

A Teoria da Internalização (*The Internalisation Approach*) visa explicar o crescimento da firma, tendo como base a Teoria da Firma de Coase, explicada anteriormente. De acordo com a Teoria da Internalização, a oferta de custos mais baixos é considerada um critério de escolha dos locais, levando à internalização até o momento em que os custos da troca serão igualados (BUCKLEY, 1990; BUCKLEY, CASSON, 2002).

Destaca-se ainda que, conforme Hemais e Hilal (2004), existe uma tendência de internalização quando o volume de trocas entre as firmas é mais intenso. Conforme os entendimentos de Coase (1937), os custos de transação são definidores dos contornos da firma, sendo possível dizer que a produção ocorre por coordenação, por trocas de mercado ou, ainda, dentro da firma. “Quanto mais transações baseadas em conhecimento, maior a propensão para a internalização; logo, maior a probabilidade de a empresa adotar formas de atuação mais complexas no exterior, distanciando-se da simples exportação” (MADEIRA, 2009, p.49).

O Paradigma Eclético é entendido por Dunning (1988) como um arcabouço com o objetivo de analisar a produção internacional e não uma teoria. De acordo com os autores Hemais e Hilal (2004), a intenção é esboçar uma explicação mais ampla para a teoria de produção internacional da firma, baseada em variados ramos da teoria econômica. “O Paradigma Eclético (ou Teoria OLI) determina que a firma, ao decidir iniciar uma produção internacional, precisa ter alguma vantagem sobre seus concorrentes. Quando isso acontece, a firma internaliza a produção” (MADEIRA, 2009, p.50).

Dentre as teorias da escola comportamental, que auxiliam o gestor nos processos de tomada de decisão quanto à internacionalização, está a teoria da Uppsala, que possui foco no processo gradual de aquisição, bem como na integração e no uso dos conhecimentos adquiridos sobre os mercados (COSTA; SANTOS, 2011). Na década de 70, os pesquisadores da Universidade de Uppsala (JOHANSON, WIEDERSHEIM-PAUL, 1975; JOHANSON, VAHLNE, 1977) tiveram interesse no processo de internacionalização de empresas manufatureiras suecas e criaram um modelo com base em como essas firmas faziam suas escolhas sobre mercados e formas de entrada ao se decidirem internacionalizar.

A sua ideia principal se baseia nos primeiros passos da internacionalização, que devem ser em países que possuem mentalidade, cultura, idiomas e políticas de negócios relativamente próximos ao do ambiente doméstico no qual a empresa está inserida. Segundo Johanson e Vahlne (1977 e 1990), quanto maior o conhecimento que a empresa detiver sobre

diferentes potenciais mercados, mais comprometida e assertiva essa empresa será com a sua implantação em outro país.

A atividade do empreendedor é de fundamental importância para o desenvolvimento dos mercados. Dessa forma, segundo Oliveira (2011, p.2), “[...] o empreendedorismo se refere à ação de empreender, enquanto o empreendedor é o indivíduo que executa tal ação”. Diante desse contexto, é possível afirmar que o empreendedorismo tradicional e o empreendedorismo internacional são semelhantes, visto que sua existência depende de ações empreendedoras (LEITE; MORAES, 2012). Os entendimentos e ações que o empreendedor irá tomar dentro da organização inserida no mercado internacional irão fazer do empreendedorismo internacional uma área diferente (MCDUGALL, 1989).

A Teoria do Empreendedorismo Internacional (EI), do autor McDougall (1989) é “resultante do processo de exploração de oportunidades internacionais, da inovação, da atitude face ao risco e do desenvolvimento de recursos competitivos por parte do empreendedor para obter vantagem competitiva”.

A teoria de Rede de Contatos (*Networks*) possui semelhanças com a Teoria de *Uppsala*, sendo considerada um complemento dela. No entanto, o que as difere é que na Teoria de Rede de Contatos todas as decisões acerca da internacionalização da empresa são determinadas diretamente ou indiretamente pela relação entre todos os agentes interessados da empresa, ou seja, as redes de relacionamentos estabelecidas entre os elos da cadeia (COSTA; SANTOS, 2011).

De acordo com Ford (2002), a abordagem das redes foi desenvolvida com o foco na promoção de ideias para o processo de internacionalização. Os autores Hilal e Hemais (2003) consideram a abordagem da rede de contatos (*Networks*) uma evolução da Escola Nórdica, que corresponde à Escola de *Uppsala* atualmente.

“A entrada em um mercado envolve um complexo conjunto de relacionamentos, de modo que, em alguns mercados, as empresas se comportam como concorrentes e, em outros, cooperam umas com as outras, além de serem clientes e fornecedores entre si” (MADEIRA, 2009, p.58). Dessa forma, para Johanson e Vahlne (1990), os graus de rede de contatos de uma empresa que deseja iniciar seu processo de internacionalização são tão importantes quanto o seu grau de aprendizagem e comprometimento de recursos à sua fixação em determinados mercados externos.

É de suma importância destacar que, em vista da grande dinamicidade dos mercados externos nos tempos atuais, há teorias que tentam explicar o atual cenário do comércio

internacional e como uma empresa deve se portar ao decidir internacionalizar os seus produtos.

Nesse âmbito, o Paradigma LLL de John Mathews (2006) diz que, devido à entrada tardia de empresas de países emergentes no mercado internacional, essas possuem uma pequena margem de vantagem competitiva em detrimento das demais já estabelecidas no mercado externo. Em razão disso, essas novas multinacionais necessitam buscar intensivamente o desenvolvimento das suas vantagens ou procurar ativos no exterior.

Vale salientar, que diferentemente das teorias citadas anteriormente, as empresas contemporâneas adotam uma internacionalização acelerada, ou seja, procuram o seu posicionamento em uma perspectiva global rapidamente, não mais incrementando o processo de forma gradual e, muitas vezes, planejado. Uma vez decidida internacionalizar a empresa, se faz necessário determinar o método e grau da internacionalização dela. Para Dunning (1998), ao estudar um mercado específico, é importante que seja feita a análise acerca das dimensões do mercado, os riscos políticos existentes e perspectivas de crescimento.

Para o mesmo autor, se um país é economicamente e politicamente instável não há justificativa para que a empresa crie uma filial ou se instale nesse país, sendo a melhor opção, portanto, investimentos em exportação ou licenciamento do produto. É importante salientar que as características do produto, a natureza da demanda e as barreiras tarifárias podem e devem influenciar na hora da tomada da decisão.

A Teoria do nível de *Investment Development Path* (IDP) ou Ciclo de Desenvolvimento do Investimento) foi estudada pelos autores Dunning e Narula (1996), em que eles tentaram adaptar aos anos 90: “os países evoluem segundo um determinado percurso de investimento dentro e fora das fronteiras, medido em termos de *stock* no interior e exterior, compreendendo cinco fases” (SILVA, 2005, p.102). “O *Investment Development Path* (IDP) consiste em um modelo que associa o investimento direto estrangeiro (IDE) dos países ao seu nível de desenvolvimento em comparação ao resto do mundo” (MOURA; MARINHO, 2017, p.8).

Dentro dos estudos acerca da internacionalização, é possível encontrar a Teoria das Vantagens Competitivas, que, segundo Fleury e Fleury (2003), é considerada uma abordagem clássica para entender a competitividade das organizações. Seus estudos se baseiam no entendimento acerca do posicionamento estratégico, utilizando-se as “cinco forças” propostas por Michael Porter em 1980.

Enquanto o modelo de Uppsala entendia a existência de um envolvimento incremental com os mercados externos, existem empresas que, desde sua criação, são voltadas para o

ambiente internacional, surgindo a chamada teoria *Born Global*, ou Novos Empreendimentos Internacionais, *Global Startups*, Exportadores Inatos, Firmas de Internacionalização Precoce (DIB; ROCHA, 2008).

O modelo empresarial *Born Global*, que surgiu na década de 1980, pode ser definido como uma empresa que possui “interesse em ter grande parte de suas receitas resultantes da venda de seus produtos no mercado internacional. Assim, sua característica marcante não é o seu tamanho, mas a velocidade em que esta se torna internacional” (MARIANO et al, 2016, p.95). Para Dymont (1987), uma organização global é entendida como aquela que consegue obter vantagem competitiva por meio de uma estratégia coordenada incluindo os países em que possui operação. No caso das *born globals*, elas possuem aspectos importantes que permitem a utilização de recursos disponíveis de uma forma mais eficiente. Na figura a seguir é possível observar a diferença entre uma internacionalização gradual e a de uma *born global*.

Conforme é possível notar ao efetuar-se uma comparação entre as figuras, as empresas entendidas como “nascidas globais” conquistam o ambiente internacional em um curto período, se comparadas com uma internacionalização gradual. Esse é o caso de muitas *startups* brasileiras, que possuem o foco da internacionalização desde sua fundação, sendo esse o foco desta pesquisa.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho teve como base uma pesquisa bibliométrica, um tipo de estudo caracterizado por quantificar a comunicação escrita (PRITCHARD, 1969). O objeto de estudo deste artigo possui como base trabalhos científicos sobre a internacionalização de empresas encontrados na base de pesquisas *Scopus*. A pesquisa foi realizada considerando um recorte temporal de janeiro de 2013 a dezembro de 2023.

No contexto deste artigo científico, em relação à abordagem, utiliza-se uma metodologia quantitativa e a aplicação da bibliometria representa o procedimento para a análise da internacionalização de empresas. A metodologia quantitativa permitirá a coleta e análise de dados numéricos relacionados aos processos de internacionalização, oferecendo uma compreensão empírica e mensurável dos fenômenos em questão.

Por meio de técnicas estatísticas, foi possível identificar padrões, correlações e tendências. Paralelamente, a bibliometria desempenhou um papel fundamental na contextualização e avaliação do estado atual da pesquisa científica sobre internacionalização

empresarial. A análise bibliométrica permitiu mapear a evolução conceitual ao longo do tempo, identificar os principais temas de pesquisa, destacar autores influentes e avaliar lacunas no conhecimento existente. A integração dessas abordagens metodológicas proporcionou uma compreensão mais completa e embasada do fenômeno da internacionalização de empresas, alinhando a análise empírica com a revisão sistemática da literatura, resultando em *insights* valiosos para a academia e profissionais do setor.

Os principais indicadores bibliométricos, de acordo com Okubo (1997), utilizados nessa pesquisa foram as leis de Lotka, Bradford e Zipf, que são ferramentas analíticas fundamentais na pesquisa bibliométrica, cada uma focalizando uma dimensão específica da produção científica. A Lei de Lotka investiga as distribuições de frequência da autoria de artigos em uma determinada temática ou área, proporcionando insights sobre a concentração de autores e colaboradores na produção acadêmica. Já a Lei de Bradford concentra-se nas distribuições de frequência do número de artigos publicados por periódicos específicos, oferecendo uma compreensão da distribuição da produção científica em determinados veículos de comunicação. Por sua vez, a Lei de Zipf investiga as distribuições de frequência do vocabulário em textos relacionados a uma área específica, contribuindo para a compreensão da linguagem utilizada na literatura científica (OKUBO, 1997).

Além disso, a análise do número de publicações por autor, revista, instituição ou tema permite investigar o volume de produção científica em uma determinada área, enquanto a investigação do número de coautores ou colaboradores revela a dinâmica da pesquisa colaborativa. A análise de copublicações, que envolve a publicação com autores de diferentes países ou instituições, busca evidenciar parcerias e descrever a rede científica global. Por fim, a investigação do número de citações proporciona uma medida do impacto dos artigos, periódicos e pesquisadores, refletindo a influência e relevância na comunidade científica. Essas abordagens bibliométricas são essenciais para a compreensão abrangente e aprofundada da dinâmica da produção e disseminação do conhecimento em diversas áreas de pesquisa.

As pesquisas foram realizadas considerando três línguas de publicação, sendo elas, o português, o inglês e o espanhol. Ademais, ressalta-se que foi utilizado o filtro para encontrar trabalhos com a inclusão da palavra “internacionalização” no título, no resumo e nas palavras-chave (*Article title, Abstract, Keywords*), sem restrição de países ou extrato Qualis-Capes, levando-se em consideração os trabalhos publicados na área de *business, management* e *accounting*.

Ao efetuar as buscas, foram encontrados 40 artigos válidos na base de dados *Scopus*. Dessa forma, ao mapear os artigos válidos encontrados na pesquisa bibliométrica, eles foram

analisados quanto ao seu tema de pesquisa e quanto à classificação Qualis-Capes das revistas de publicação. Para tanto, foi utilizada a análise de conteúdo, que, de acordo com Gil (2008), busca uma exploração, interpretação e organização de dados selecionados.

Após a seleção dos artigos, a consolidação dos dados foi realizada por meio do programa RStudio, versão 4.3.0, com o objetivo de unificar as informações. A análise dos dados foi conduzida através da ferramenta bibliométrica proposta por Aria e Cuccurullo (2017), conhecida como *bibliometrix*. Para visualização e apresentação dos resultados, utilizou-se o *biblioshiny*, uma ferramenta disponibilizada no RStudio dedicada à elaboração de gráficos e apresentação de dados bibliométricos. O pacote *bibliometrix*, acessível em <http://www.bibliometrix.org>, oferece um conjunto abrangente de ferramentas para pesquisa quantitativa em bibliometria e cienciométrica, conforme delineado por Aria e Cuccurullo (2017).

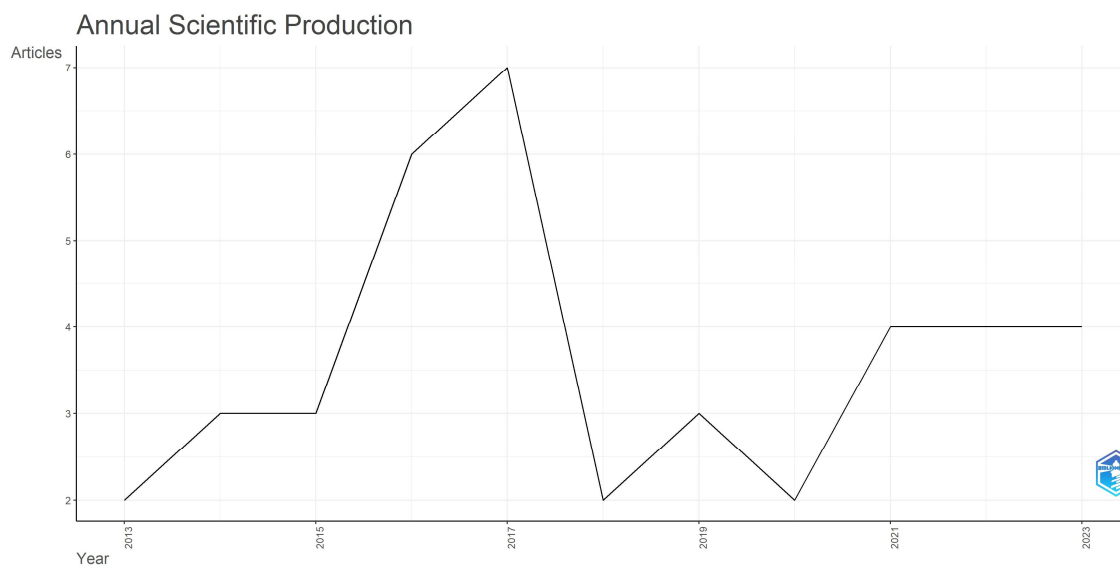
Esse procedimento metodológico permitiu uma análise robusta e detalhada dos padrões bibliométricos relacionados aos artigos selecionados, fornecendo uma base sólida para a interpretação dos resultados e conclusões da pesquisa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente artigo utilizou a análise bibliométrica como seu norteammento. Sendo assim, foi utilizada a base científica *Scopus* para entender o panorama da produção científica. Para fins deste estudo, o recorte temporal utilizado foi um período de 10 anos, sendo considerado de janeiro de 2013 a dezembro de 2023, sobre o que vem sendo publicado sobre a internacionalização das empresas no Brasil e no mundo.

Ao se buscar pela palavra “internacionalização” na base de pesquisas *Scopus*, foram encontrados 40 artigos científicos válidos. Sendo assim, a amostra de pesquisa válida equivale a 587 artigos, corroborando com a autora Hadrys-Novak (2018), que diz que há pouco conhecimento relativo à essa área.

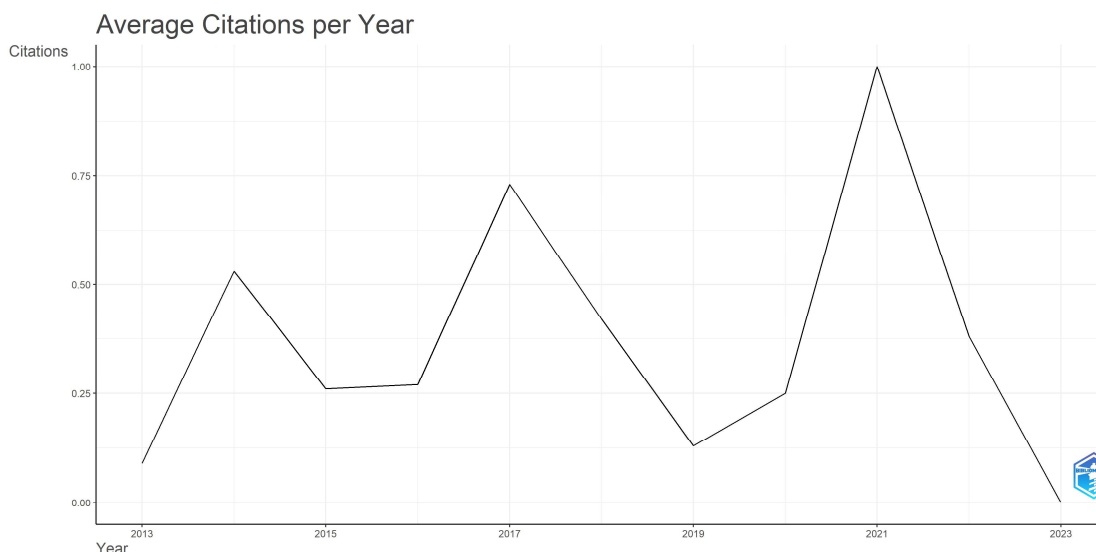
No gráfico 1 é possível traçar um panorama das publicações ocorridas por ano, sendo considerados os trabalhos nas bases pesquisadas no recorte temporal de 2013 a 2023.

Gráfico 1 – Total de Artigos por ano

Fonte: Elaborado utilizando a ferramenta *biblioshiny*, a partir dos dados da pesquisa (2023).

Conforme é possível notar pelo gráfico anterior, os números de publicações por ano não seguem uma estabilidade, existindo um pico em 2019, com uma queda entre 2019 e 2020, época do início da pandemia da COVID-19 no mundo, o que pode ter impactado nas pesquisas acadêmicas e no mundo dos negócios.

Os estudos a respeito da internacionalização de empresas vêm se ampliando nos últimos anos, de acordo com os dados coletados nesta pesquisa. A análise da média de citações por ano oferece uma perspectiva dinâmica sobre o impacto e a relevância temporal dos artigos selecionados, conforme pode ser observado no gráfico a seguir.

Gráfico 2 – Média de citações por ano

Fonte: Elaborado utilizando a ferramenta *biblioshiny*, a partir dos dados da pesquisa (2023).

Ao calcular a média de citações ao longo dos anos contemplados no estudo (de janeiro de 2013 a dezembro de 2023), é possível identificar padrões de crescimento ou declínio na atenção que os artigos recebem ao longo do tempo. Esse indicador não apenas fornece uma medida quantitativa do impacto cumulativo, mas também permite a identificação de anos específicos em que os artigos alcançaram maior visibilidade ou reconhecimento na comunidade científica.

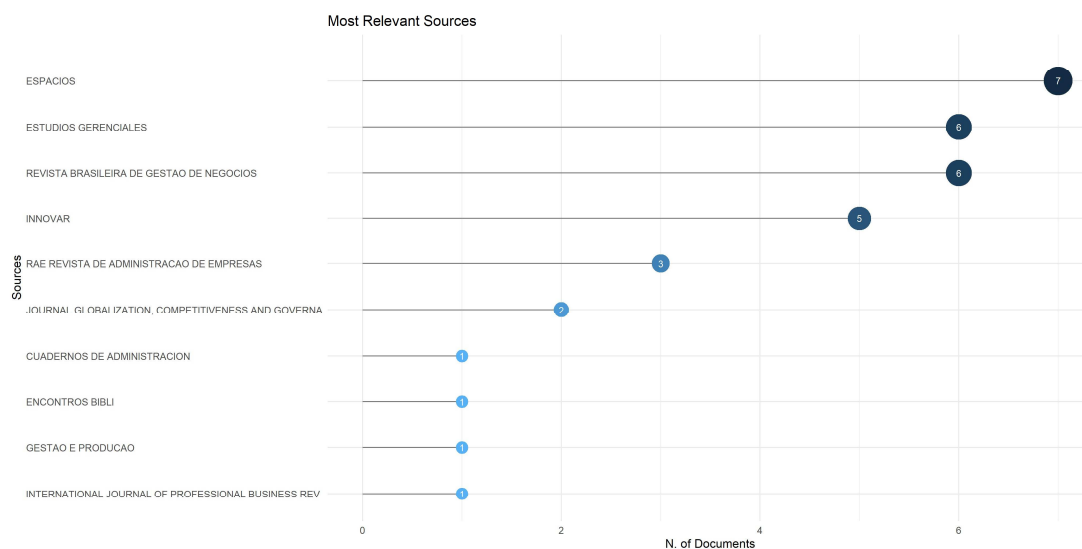
A análise da média de citações por ano, portanto, contribui para uma compreensão mais refinada da trajetória de influência dos artigos selecionados e pode revelar tendências importantes que informam sobre a evolução do conhecimento na área de estudo ao longo da última década. Sendo assim, é possível observar que a média de citações por ano tem o seu pico em 2021, após a fase crítica da pandemia, indicando que os estudos estavam retomando.

A Lei de Bradford, conforme elucidada por Guedes e Borschiver (2005), desempenha um papel crucial na estimativa do grau de relevância de periódicos em uma determinada área do conhecimento. Essa lei parte do pressuposto de que os periódicos que lideram em termos de quantidade de artigos publicados sobre um tema específico formam um núcleo central de periódicos, sugerindo uma maior qualidade ou relevância para aquela área em particular.

A figura a seguir deste estudo apresenta as revistas que se destacaram ao publicar mais intensamente sobre o tema em questão, sendo consideradas, portanto, as mais relevantes. Essa abordagem proporciona uma visão estruturada e hierárquica das publicações, destacando

aquelas que contribuíram significativamente para a discussão e avanço no campo, conforme a métrica estabelecida pela Lei de Bradford.

Figura 1 – Revistas mais relevantes



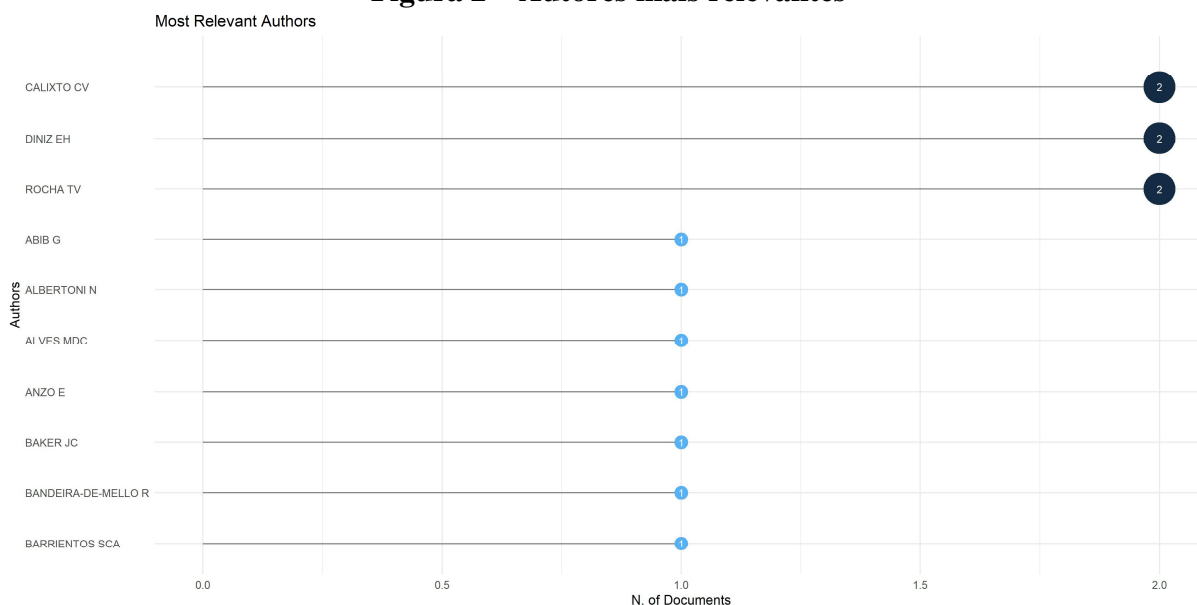
Fonte: Elaborado utilizando a ferramenta *biblioshiny*, a partir dos dados da pesquisa (2023).

Durante o período de análise, a revista que mais publicou sobre o tema foi a Revista *Espacios*, com 7 artigos, seguida pela Revista de Negócios, com 4 artigos, seguida pela Revista *Estudios Gerenciales*, com 6 artigos, e, em seguida, a Revista Brasileira de Gestão também com 6 artigos.

É importante destacar aqui que não há uma expressiva quantidade de trabalhos publicados por uma mesma revista, sendo os trabalhos encontrados em diversas revistas de cunho estratégico, interdisciplinar e gerencial, pelo Brasil e pelo mundo.

Ressalta-se que a Revista *Espacios* possui classificação Qualis-Capes C, mas não possui dados divulgados sobre o *CiteScore* e fator de impacto. Já a Revista Brasileira de Gestão de Negócios possui um *CiteScore* de 1.8, com fator de impacto de 1.256 e Qualis-Capes A2. Já a Revista *Estudios Gerenciales* possui *CiteScore* de 1.2, fator de impacto de 0.85 e Qualis-Capes A2.

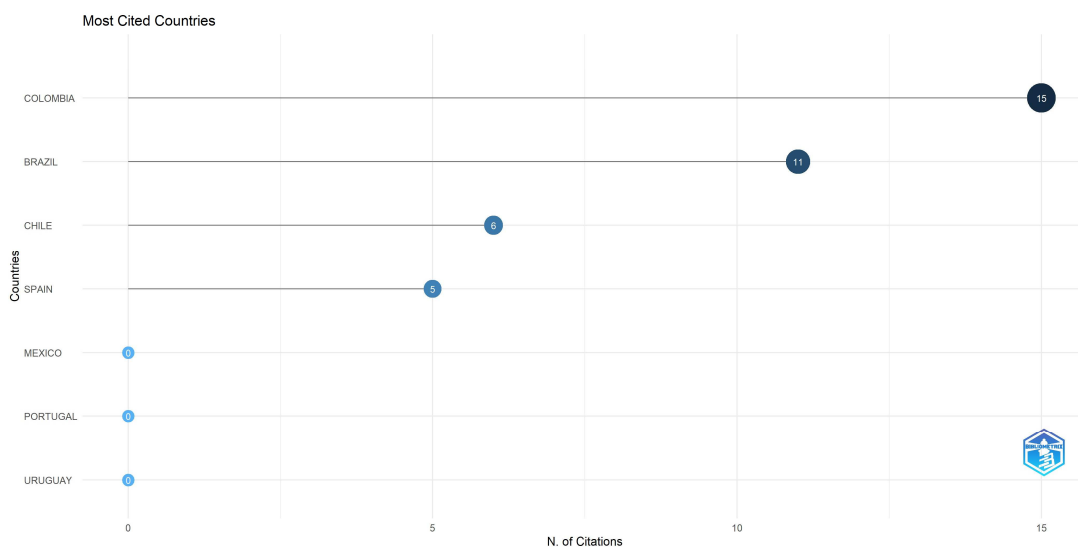
Figura 2 – Autores mais relevantes



Fonte: Elaborado utilizando a ferramenta *biblioshiny*, a partir dos dados da pesquisa (2023).

De acordo com a figura 2, considerando-se a análise dos 10 autores mais relevantes sobre o tema “internacionalização de empresas” em termos de volume de artigos publicados, Cynthia Vilasboas Calixto, Eduardo Henrique Diniz e Thelma Valéria Rocha são os três autores que mais publicaram sobre o tema no período estudado.

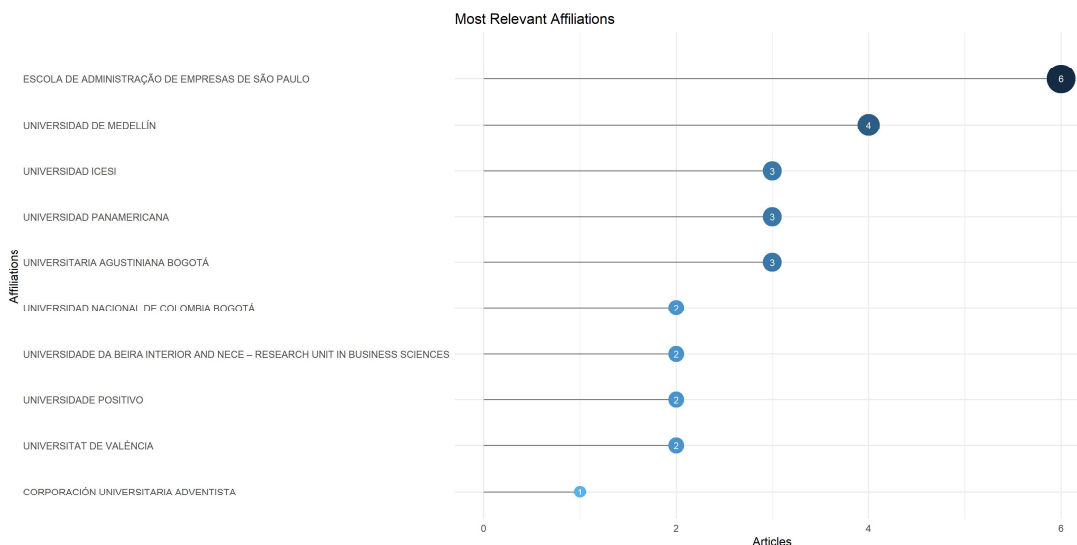
Na figura a seguir é possível observar os países que mais têm publicado sobre o tema na última década. A Colômbia passou a se destacar nesse âmbito a partir de 1991, quando iniciou o seu processo de internacionalização. A partir daí, com o apoio do governo, os planos de desenvolvimento internacional avançaram e fortaleceram uma projeção externa maior, colocando diversas empresas no cenário internacional (VALERO CÓRDOBA, RODENES, RUEDA, 2018).

Figura 3 – Países mais citados

Fonte: Elaborado utilizando a ferramenta *biblioshiny*, a partir dos dados da pesquisa (2023).

A Colômbia, apesar de seu papel crescente na cena internacional, tem emergido como um país participante ativo na produção acadêmica sobre internacionalização. Embora possa não figurar no topo das estatísticas globais em termos de volume absoluto, a contribuição colombiana para a literatura sobre internacionalização é significativa e notável. Pesquisadores e acadêmicos colombianos têm direcionado seus esforços para explorar as complexidades e desafios enfrentados por empresas colombianas que buscam expandir suas operações globalmente.

A visualização gráfica das instituições mais relevantes na pesquisa sobre internacionalização proporciona uma perspectiva dinâmica e esclarecedora sobre as redes acadêmicas que lideram nesse campo de estudo. A figura a seguir destaca as instituições que se destacam pela frequência e impacto de suas contribuições científicas na área de internacionalização de empresas.

Figura 4 – Instituições mais relevantes

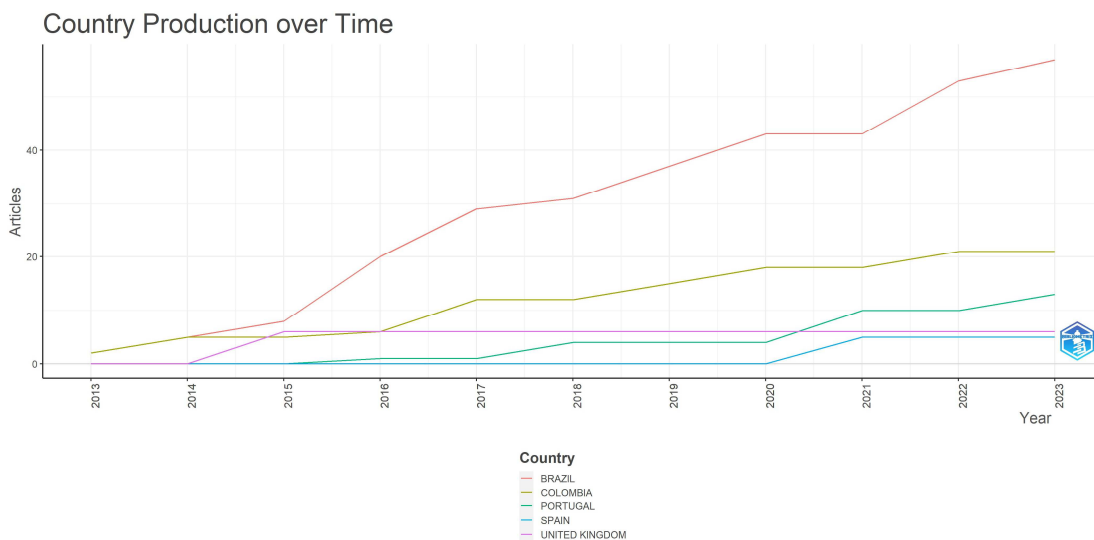
Fonte: Elaborado utilizando a ferramenta *biblioshiny*, a partir dos dados da pesquisa (2023).

Ao observar essa figura, é possível discernir os centros de excelência e colaboração que desempenham um papel significativo na produção de conhecimento nesse domínio, com destaque para a Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP), da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Essa representação visual não apenas oferece uma visão panorâmica das instituições mais relevantes, mas também serve como uma ferramenta valiosa para compreender a dinâmica da pesquisa e identificar possíveis tendências ou parcerias estratégicas que moldam o cenário acadêmico da internacionalização.

Conforme evidenciado na Figura 5, destaca-se que o Brasil e a Colômbia figuram como os dois países líderes na publicação de artigos sobre o tema em questão. Observa-se que, em 2013, a produção de artigos relacionados à internacionalização de empresas ainda era incipiente, indicando um interesse inicial e uma crescente atenção ao longo do tempo.

O notável aumento na produção acadêmica ao longo dos anos reflete o crescente interesse no fenômeno das empresas nascidas internacionalizadas, demonstrando a relevância contínua desse tema tanto para o mundo dos negócios quanto para a academia. O fenômeno, que ganhou destaque à medida que essas empresas expandiram suas operações globalmente, reforça a importância da pesquisa e da compreensão desse tópico em evolução para o cenário empresarial contemporâneo.

Figura 5 – Produção dos países ao longo do tempo



Fonte: Elaborado utilizando a ferramenta *biblioshiny*, a partir dos dados da pesquisa (2023).

No quadro 1, destacam-se os documentos mais citados em âmbito global. Entre as análises realizadas, o artigo intitulado " *Internationalization of Brazilian journals*", de autoria de De Farias, S.A., publicado na ERA – Revista de Administração de Empresas, emergiu como o mais citado por outros pesquisadores, contabilizando 10 citações.

Quadro 1: Documentos mais citados globalmente

Autores	Título do artigo	Revista	Total de citações
De Farias S.A.	Internationalization of Brazilian journals	RAE Revista de Administração de Empresas	10
Monticelli J.M.; Calixto C.V.; Vasconcellos S.L.; Garrido I.L.	A influência de instituições formais na internacionalização das empresas em um país emergente	Revista Brasileira de Gestão de Negócios	10
Diniz E.H.	Periódicos brasileiros da área de administração no contexto de internacionalização da produção científica	RAE Revista de Administração de Empresas	9
Jiménez W.G.	Internationalization, public management and territorial development. Experiences in	Innovar	7

Colombia			
Cancino C.A.	Rapid internationalization of smes: Evidence from global firms in chile	Innovar	6
Camargo M.A.A.P.; Rocha T.V.; Silva S.C.	Estratégias de marketing no processo de internacionalização de franquias brasileiras	Revista Brasileira de Gestão de Negócios	5
do Rosário Campos Mira M.; dos Santos Mendes Mónico L.; de Jesus Breda Z.M.	Territorial dimension in the internationalisation of tourism destinations: structuring factors in the post-COVID19	Tourism and Management Studies	5
Seifriz M.A.; Gondim S.M.G.; Pereira M.E.	Internationalization and networks in small and medium-sized enterprises: The role of ethnic ties	Revista Brasileira de Gestão de Negócios	5
Gama M.A.B.; Lana J.; Calixto C.V.; Bandeira-de-Mello R.	Internacionalização de business group: A escolha do país de destino pela distância institucional	Revista Brasileira de Gestão de Negócios	5
Tabares S.; Anzo E.; Estrada L.M.	International cooperation and the internationalization of small to medium-sized enterprises in Medellín: A case-comparison study	Estudios Gerenciales	5

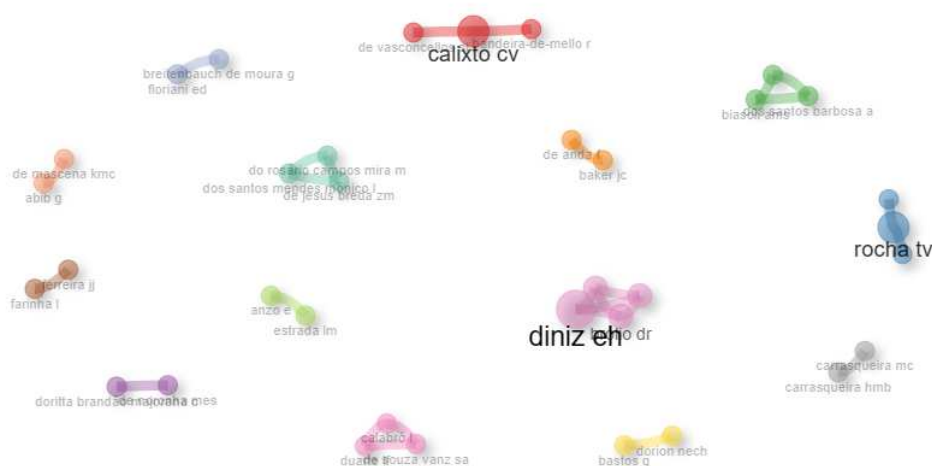
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Vale ressaltar que, dentre os 10 artigos mais citados, 4 foram veiculados na Revista Brasileira de Gestão de Negócios, evidenciando a significativa contribuição desta revista para o debate e a pesquisa sobre o tema em questão. Esse destaque sugere não apenas a qualidade e relevância do trabalho dos autores, mas também aponta para a importância da publicação em periódicos específicos na consolidação do conhecimento e impacto na comunidade acadêmica.

Com o intuito de complementar a análise do banco de dados selecionados, este estudo utilizou os títulos dos 40 artigos utilizados, evidenciando as palavras que foram mencionadas

colaboração entre pesquisadores vai além da simples troca de informações, abrangendo recursos informacionais, tecnológicos, experiências e ideias. Essa interação entre pesquisadores não apenas enriquece a produção científica, mas também representa uma oportunidade valiosa para identificar potenciais colaborações e parcerias, tanto com outros autores quanto com instituições acadêmicas.

Figura 7 – Rede de Colaboração



Fonte: Elaborado utilizando a ferramenta *biblioshiny*, a partir dos dados da pesquisa

A melhoria na comunicação entre essas entidades pode resultar em avanços significativos na pesquisa e no ensino, criando uma sinergia que beneficia a comunidade acadêmica como um todo. A Figura 7 apresenta visualmente essa rede de colaboração, onde os pontos representam os autores e as conexões indicam a coautoria, oferecendo uma representação gráfica das relações colaborativas estabelecidas nos artigos selecionados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A globalização vem modificando a maneira de as organizações se relacionarem atualmente. Diante dessas modificações, as empresas vêm buscando cada vez mais novas formas de se manterem competitivas no mercado e uma delas é por meio da estratégia de internacionalização.

O presente trabalho teve como objetivo central traçar um panorama sobre a temática da internacionalização das empresas. Dessa forma, o artigo apresentou o quantitativo de artigos publicados, bem como as revistas e países que mais publicam na base científica *Scopus*, considerando o panorama temporal de janeiro de 2013 a dezembro de 2023.

Com base nos metadados extraídos das bases de pesquisa, foi possível constatar a existência de 40 artigos científicos publicados sobre o tema. Ao final, foi possível perceber que os países que mais publicam sobre o tema são o Brasil e a Colômbia, não havendo anos com destaque no número de publicações. Foi possível perceber ainda que a maior parte dos trabalhos foram encontrados em revistas com classificação A2, A3 e B1. Destaca-se que a maior parte dos trabalhos é formada por estudos de caso de empresas, trazendo uma relevância do seu estudo para as organizações.

Embora esta pesquisa tenha proporcionado insights valiosos sobre a internacionalização de empresas, é importante reconhecer algumas limitações que impactam a generalização e a abrangência dos resultados. Em primeiro lugar, a seleção restrita de fontes de dados, utilizando a base científica *Scopus*, pode ter deixado de abranger todas as contribuições relevantes sobre o tema, considerando a diversidade de periódicos especializados.

Além disso, a delimitação temporal da análise pode não refletir eventos ou mudanças significativas ocorridas após essa data. As próprias métricas bibliométricas, embora ofereçam uma visão quantitativa valiosa, podem não capturar completamente a qualidade ou a profundidade conceitual dos artigos analisados. Ademais, a abordagem centrada em artigos científicos pode não contemplar integralmente as perspectivas práticas e experienciais das empresas born global.

Por fim, a limitação geográfica e linguística na seleção dos estudos pode ter influenciado a representatividade global da pesquisa. Desta feita, os resultados devem ser interpretados com cautela, e pesquisas futuras podem explorar essas áreas em maior profundidade para fornecer uma visão mais holística e robusta do fenômeno da internacionalização de empresas.

Para estudos futuros, recomenda-se a realização de estudos mais aprofundados em relação a cada tema abordado. Para avançar no entendimento da internacionalização de empresas internacionalizadas, diversas áreas de pesquisa oferecem oportunidades promissoras. Uma abordagem geográfica mais contextualizada permitiria explorar como características específicas de determinadas regiões moldam o comportamento dessas empresas.

Adicionalmente, uma análise aprofundada sobre as influências culturais e linguísticas na internacionalização dessas empresas forneceria insights valiosos para práticas de negócios mais eficazes em contextos diversos. Compreender as estratégias de saída e o ciclo de vida dessas empresas, bem como promover abordagens multidisciplinares e comparações setoriais, enriqueceriam significativamente a literatura sobre o tema. Essas direções prospectivas destacam o potencial para investigações que não apenas ampliam o conhecimento existente, mas também informam estratégias práticas para empresas e formuladores de políticas lidarem com os desafios e oportunidades na arena internacional.

A estratégia de internacionalização é muito importante para a sobrevivência e ampliação do mercado para diversas empresas no Brasil e no mundo. Sendo assim, para pesquisas futuras sugere-se uma ampliação do número de bases científicas pesquisadas.

REFERÊNCIAS

- AGARWAL, A. et al. Bibliometrics: tracking research impact by selecting the appropriate metrics. **Asian Journal of Andrology**, v. 18, p. 296–309, 2016.
- ANDERSON, E.; GATIGNON, H. Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions. **Journal of International Business Studies**, Fall, 1986.
- ARIA, M.; CUCCURULLO, C. Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. **Journal of Informetrics**, 2017, 11(4), pp 959-975, Elsevier.
- BARNEY, J. **Gaining and Sustaining Competitive Advantage**. 4th Edition. 2011.
- BHAGWATI, J. **Em defesa da globalização**. São Paulo: Campus, 2004.
- BUCKLEY, P. J.; CASSON, M. **The future of the multinational enterprise: 25th anniversary**. 2nd ed. New York: Palgrave Macmillan, 2002.
- CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, R. J. **Negócios Internacionais: Estratégia, gestão e novas Realidades**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- COSTA, A. D.; SOUZA-SANTOS, R. Internacionalização de empresas brasileiras: restrições de financiamento e papel do BNDES. **Economia & Tecnologia**. Ano 06, vol.23. Outubro/dezembro, 2010.

CZINKOTA, M. R.; RONKAINEN, I. A. **Marketing internacional**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

DA SILVA, H. A. S.; REINA, D. R. M.; ENSSLIN, S. R.; REINA, D. Programas de pós-graduação em contabilidade: análise da produção científica e redes de colaboração. **Revista de Contabilidade e Organizações**, 6(14), 145-162, 2012.

DUNNING, J. H. The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions. **Journal of International Business Studies**, Spring, 1988.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HADRYNS-NOWAK, A. Family Entrepreneurship Orientation in Family Owned SMEs: A Key Resource for Internationalization? **Entrepreneurial Business and Economics Review**. Vol. 6. N. 2. 2018.

HEMAIS, C. A.; HILAL, A. O processo de internacionalização na ótica da Escola Nórdica: evidências empíricas em empresas brasileiras. **RAC**. [S.1.], v. 7, n. 1, p. 109-124, jan/mar, 2003. Disponível em: www.anpad.org.br. Acesso em 01 mar 2022.

HYMER, S. The efficiency (contradictions) os multinational corporations. **The American Economic Review**. Papers and Proceedings os the Eighty-second Annual Meeting of the American Economic Association. [S.1.], v. 60, n. 2, p. 441-448, May, 1970. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/pdfplus/1815843.pdf>. Acesso em: 01 de mar. de 2022.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J.-E.. The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: From Liability Of Foreignness To Liability Of Outsidership. **Journal of International Business Studies**, 2001.

MATTHEWS, J. A. Dragon Multinationals: new players in 21st century globalization. **Asia pacific journal of management**, v.23, p.5-7, 2006.

MCDOUGALL, P. P. International versus domestic entrepreneurship: new venture strategic behavior and industry structure. **Journal of Business Venturing**, v. 4, n. 6, p. 387-400, 1989.

OKUBO, Y. **Bibliometric indicators and analysis of research systems: methods and examples**. 1997. Disponível em: <https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/bibliometric-indicators-and-analysis-of-research-systems_208277770603>. Acesso em: 20 set. 2023.

OTLEY, D. Performance management: a framework for management control systems research. **Management Accounting Research**, v. 10, p. 363-382, 1999.

PRITCHARD, A. Statistical bibliography or bibliometricas? **Journal of Documentation**, v. 25, n. 4, p. 348-349. 1969.

VALERO CÓRDOBA, G. M.; RODENES; M.; RUEDA, G. E. Efectos del uso de la competitividad como estratégia en las empresas exportadoras: situación actual. **Equidad y Desarrollo**. 1, n. 30 (2018): 173-194.

Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:

MENDES, T. D. O; GOMES, J. S. Estratégia de Internacionalização de Empresa: Panorama da Produção Científica de 2013 a 2023. **Rev. FSA**, Teresina, v. 21, n. 5, art. 2, p. 20-47, mai. 2024.

Contribuição dos Autores	T. D. O. Mendes	J. S. Gomes
1) concepção e planejamento.	X	X
2) análise e interpretação dos dados.	X	X
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X	
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.	X	X