

Panorama Internacional das Publicações em *International Business*: Levantamento através da Base *Web of Science*

Autoria: Aletéia de Moura Carpes, Flávia Luciane Scherer, Aline Nadalin Velter, Carolina Lütz

Resumo: A internacionalização é uma alternativa para o crescimento das empresas, permitindo sua exposição a padrões internacionais de produtos, tecnologias e métodos de gestão, gerando importantes retornos para as operações domésticas (Stal, 2010). A evolução das transações comerciais entre os países faz emergir uma série de assuntos a serem compreendidos, que buscam verificar o reflexo da atividade internacional no indivíduo, empresa e nação que vivenciam este contexto de globalização. O presente artigo foi desenvolvido na perspectiva de uma pesquisa bibliométrica, objetivando intensificar o conhecimento na área de estudo relacionada à *International Business* (Negócios Internacionais) e averiguar quais tópicos em administração estudados junto à esse tema estão sendo mais pesquisados e quais são mais relevantes (*hot topics*). A análise dos dados sustentou-se nas abordagens de pesquisa qualitativa e quantitativa. Em termos qualitativos foram analisados os assuntos tratados nas publicações pesquisadas, quanto ao conteúdo, palavras-chaves e relevância das temáticas. Quanto aos dados quantitativos procurou-se investigar as seguintes variáveis: total de publicações, os autores, áreas temáticas, tipos de documentos, título das fontes, ano das publicações, instituições, agências de financiamento, idiomas, países e análise do número de vezes que cada publicação foi citada através do índices *h-b* e do índice *m*. De acordo com Hirsch (2005), o número total de artigos publicados mede a produtividade do autor, mas não mede a importância e/ou impacto de suas publicações. Já o impacto das publicações é medido pelo número de citações que cada uma recebe, podendo ser mensurado pelo *h-index*. O levantamento das publicações abrangidas na base *Web of Science* com o índice de citações *ISI Citation Indexes* no período de 1997 a 2010 (14 anos) resultou em 5.355 trabalhos relacionados a negócios internacionais, que estavam inseridos, principalmente, nas áreas de negócios (*business*) e gestão (*management*) e os trabalhos analisados apontaram a predominância de autores dos Estados Unidos (1.898 estudos), seguidos da Inglaterra (783 estudos) e Canadá (341 estudos) e, dentre as vinte universidades com mais trabalhos sobressaiu-se a Universidade de *Harvard - Harvard University*, com 63 publicações. Os *hot-topics* encontrados foram *performance*, importação; estratégia; desenvolvimento; relações internacionais; multinacionais; conhecimento; processo de internacionalização; *joint ventures*; inovação; países emergentes; crescimento, políticas, redes; finanças; cultura e modo de entrada.

1. INTRODUÇÃO

A exploração do mercado mundial por meio da internacionalização amplia o escopo de transações das empresas e traz consigo a oportunidade de captar benefícios inacessíveis quando visualizado apenas o mercado interno. Kuazaqui e Lisboa (2009, p. 2) acreditam que “o comércio e as relações têm evoluído de maneira significativa (...) pela necessidade dos países mais ricos manterem seus postos de liderança econômica e pela fase de transição das economias menos favorecidas”.

Partilhando desta ideia, Castells (1995) acredita que após a década de 1990 o comércio internacional deixou de ser mundial para se tornar global, ou seja, as transações entre os países, sendo estes tanto desenvolvidos quanto em desenvolvimento, passaram ocorrer com um significativo número de atores e com grande constância. Adentrar em novos horizontes comerciais pode garantir para as organizações uma série de vantagens competitivas, tendo em vista que a empresa passa a atuar em novos mercados, adquirindo conhecimento, experiência, acesso facilitado a matérias-primas. Esta nova empreitada traz à tona uma gama de assuntos a serem estudados, que são de grande relevância para que se possa compreender os riscos e benefícios que podem ser encontrados na esfera mundial pelos indivíduos e pelas empresas.

Objetivando o conhecimento referente à produção científica relacionada à área de negócios internacionais, este artigo tem como objetivo analisar as publicações que abordem esta temática e, neste contexto, verificar quais são os temas emergentes estudados no exterior. Desta forma, a fim de ampliar o conhecimento referente a produção científica sobre negócios internacionais no contexto mundial, foram buscadas publicações na base *Web of Science* observando o índice de citações *ISI Citation Indexes*, o que resultou em 5.355 estudos a serem analisados.

A seguir, tem-se uma contextualização acerca da área de negócios internacionais, a fim de facilitar a compreensão do estudo, seguida do método utilizado no trabalho, apresentação dos dados coletados e considerações finais.

2. O ESTUDO DA ÁREA DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

A internacionalização é uma alternativa para o crescimento das empresas, permitindo sua exposição a padrões internacionais de produtos, tecnologias e métodos de gestão, gerando importantes retornos para as operações domésticas (Stal, 2010). A evolução das transações comerciais entre os países faz emergir uma série de assuntos a serem compreendidos, que buscam verificar o reflexo da atividade internacional no indivíduo, empresa e nação que vivenciam este contexto de globalização.

Em consonância com esta assertiva, Scherer (2007) lembra que a internacionalização das empresas tem produzido desdobramentos de elevado impacto em esferas e dimensões distintas, não se limitando apenas à ordem econômica, mas afetando conceitos convencionais e promovendo profundas transformações nas esferas política, social, empresarial, econômica, tecnológica e cultural.

Estas transformações decorrentes da internacionalização refletidas a tantos campos acarretam diversos questionamentos e a necessidade de compreender seu escopo para avaliar os benefícios e as problemáticas que então emergem. De fato, Grosse e Behrman (1992) apontam que os negócios internacionais têm sido tema de pesquisa acadêmica desde o início do século XX, quando, em período marcado pela formação de blocos econômicos e diminuição das barreiras para a entrada de produtos estrangeiros, percebeu o estudo de negócios internacionais em tópicos voltados ao comércio e às relações interfirmas.

O estudo da área de negócios internacionais contempla a observação de todas as atividades expandidas ao território estrangeiro, resumidamente apresentadas no Quadro 1, à seguir:

Nível Hierárquico	Abordagens
Supra-societal	Direitos humanos, preocupações ambientais, acordos multilaterais comerciais e sistema monetário internacional.
Societal	Distinção histórica, sociocultural, econômica e política dos Estados-Nacionais; suas aspirações individuais e coletivas por meio de leis, regras, regulações, impostos e educação
Industriais	Enraizadas nos processos de negócios nacionais em relação à eficiência e especialização econômicas; resultam em condições de intensidade competitiva e características da tecnologia e dos investimentos.
Firmas	Capacidades organizacionais, bases de recursos, força de trabalho e escopo geográfico.
Grupos	Foco divisional, <i>expertise</i> funcional, capacidades e talentos gerenciais, como condições para os indivíduos desenvolverem comportamento e autoridade.
Indivíduos	Propriedades intrínsecas dos grupos em relação à potencial motivação, talentos, capacidades, habilidades e conhecimento.

Figura 1. Abordagens na área de negócios internacionais

Fonte: adaptado de Guedes (2007)

Dymsza (1984) defende que os negócios internacionais possuem caráter multidisciplinar, pois os pesquisadores utilizam diversos campos das ciências sociais para compreender as implicações da internacionalização. Este fato é corroborado por Guedes (2007), que retoma o estudo de Dunning (1989) explicando que a multidisciplinariedade do estudo de negócios internacionais ocorre porque, no princípio, quem dominava esta área de pesquisa eram acadêmicos norte-americanos com formação na Economia e que tinham uma abordagem que adicionava uma dimensão internacional aos estudos de negócios domésticos.

Percebendo este viés multidisciplinar e com o intuito de verificar as áreas nas quais estavam relacionadas suas publicações, além de analisar o perfil das autorias, Inkpen e Beamish (1994) realizaram um estudo bibliométrico analisando os vinte e cinco anos do *Journal of International Business Studies*, que é considerado mundialmente o periódico de maior renome na área de negócios internacionais.

Inkpen e Beamish (1994) constataram a evolução do estudo referente a negócios internacionais, visto que o número de artigos e de páginas nas edições apresentou crescimento com o passar dos anos (principalmente no final dos anos 80). Ainda, Inkpen e Beamish (1994) perceberam que entre 1970 e 1974 o periódico abrigava publicações 93% oriundas de autores dos Estados Unidos, sendo as demais vindas de autores do Canadá, Suécia e Reino Unido, e já no período de 1990 a 1994 vinte e três países tinham participado das publicações, diminuindo para 67% a participação americana.

O estudo de Inkpen e Beamish (1994) apontou que no período analisado os estudos de negócios internacionais estiveram voltados às áreas de relações internacionais, marketing, política e finanças, e a instituição com mais publicações em todo o período analisado era a Universidade de Carolina do Norte.

Compreender o ambiente de internacionalização do Brasil e de outros países foi percebido por Silva e Campos Filho (2008) como a temática mais abordada pelos periódicos classificados no ano de 2006 com conceito A pela CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de pessoal de Nível Superior) no período de 1997 a 2006, o que leva a validar a importância deste foco. Outro fato ressaltado pelos autores foi o aumento das publicações acerca da internacionalização de empresas, já que de 1997 a 2001 havia 63 artigos publicados nos periódicos examinados e de 2002 a 2006 esse número passou para 80.

Acredita-se que as publicações envolvendo aspectos da internacionalização auxiliem as empresas do país na atuação no mercado estrangeiro, servindo como uma base de conhecimento nas atividades extraterritoriais. Tem-se como premissa que os estudos

proporcionam contribuições teóricas da pesquisa que podem ser expandidas à prática nas empresas, de modo a colaborar com a gestão das firmas pesquisadas, favorecendo decisões relativas a mercados internacionais. Da mesma forma, torna-se relevante o mapeamento das produções científicas de determinado país, a fim de verificar as questões consideradas latentes dentro da internacionalização.

3. MÉTODO DO ESTUDO

O presente artigo foi desenvolvido na perspectiva de uma pesquisa bibliométrica, objetivando intensificar o conhecimento na área de estudo relacionada à *International Business* (Negócios Internacionais) e averiguar quais tópicos em administração estudados junto à esse tema estão sendo mais pesquisados e quais são mais relevantes.

A bibliometria, segundo Fonseca (1986), é uma técnica quantitativa e estatística de medição dos índices de produção e disseminação do conhecimento científico. Para Araújo (2006), a área mais importante da bibliometria é a análise de citações, a qual contribui para o desenvolvimento da ciência, provêm o necessário reconhecimento de um cientista por seus colegas, estabelecem os direitos de propriedade e prioridade da contribuição científica de um autor, constituem importantes fontes de informação, ajudam a julgar os hábitos de uso da informação e mostram a literatura que é indispensável para o trabalho dos cientistas (Foresti, 1989).

A análise dos dados deste estudo sustentou-se nas abordagens de pesquisa qualitativa e quantitativa. Em termos qualitativos foram analisados os assuntos tratados nas publicações pesquisadas quanto ao conteúdo, palavras-chaves e relevância das temáticas. Quanto aos dados quantitativos procurou-se investigar as seguintes variáveis: total de publicações, os autores, áreas temáticas, tipos de documentos, título das fontes, ano das publicações, instituições, agências de financiamento, idiomas, países e análise do número de vezes que cada publicação foi citada através do índices *h-b* e do índice *m*.

De acordo com Hirsch (2005), a quantificação do impacto e a relevância da produção científica individual é muitas vezes necessária para a avaliação de pesquisadores e comparação de propósitos. A partir desse princípio, Hirsch apresentou o *h-index* (índice-*h*) em sua pesquisa denominada “*An index to quantify an individual’s scientific research output*”. Posteriormente, Banks (2006) contribuiu com o índice *h-b*, uma extensão do *h-index*. Esse índice, por sua vez, é obtido através do número de citações de um tópico ou combinação em determinado período, listados em ordem decrescente de citações. Ele é encontrado em publicações que tenham obtido um número de citações igual ou maior à sua posição no ranking. Banks (2006) também explica o cálculo do índice *m*, o qual é obtido através da divisão do índice *h-b* pelo período de anos que se deseja obter informações (*n*).

Para a análise dos índices *h-b* e *m*, foram utilizadas as considerações de Banks (2006) listadas abaixo:

- Quando $0 < m \leq 0,5$, o tópico/combinação pode ser de interesse para pesquisadores em um campo específico de pesquisa, o qual engloba uma comunidade pequena;
- Quando $0,5 < m \leq 2$, o tópico/combinação provavelmente pode ser um “*hot topic*” como área de pesquisa, onde a comunidade é muito grande ou o tópico/combinação apresenta características muito interessantes; e
- Quando $m \geq 2$, é um tópico/combinação exclusivo, onde as conseqüências têm um alcance não apenas na sua própria área de pesquisa. É provável que seja um tópico/combinação com efeitos de aplicação ou características únicas.

A seguir são abordadas as etapas da coleta de dados da presente pesquisa bibliométrica.

3.1 Etapas para a coleta dos dados

A coleta das informações utilizadas nesta pesquisa foi realizada através do sistema *Web of Science* do índice de citações *ISI Citation Indexes*, o qual foi publicado pela primeira vez na imprensa em 1963, com dados de citações a partir de 1961 (Garfield, 1963). De acordo com Bar-Ilan (2010), em setembro de 2008 Thomson Reuters adicionou à *ISI Web of Science* as citações indexadas dos anais de conferências da área de Ciências, Ciências Sociais e Humanas. A *Web of Science* oferece acesso direto ao fluxo de informações multidisciplinar retrospectivas de cerca de 8.700 dos periódicos de maior prestígio, com alto impacto no mundo da pesquisa (Thomson Scientific, 2010). As referências de todos os itens indexados são extraídos e a interface das referências citadas lista todas citações de trabalhos às obras de um autor, independentemente dos itens citados serem indexados pelo *Web of Science* ou não (Bar-Ilan, 2008).

Conforme demonstra a Figura 2, a pesquisa dividiu-se em cinco etapas. Em um primeiro momento foi digitada a palavra *international business* como tópico no campo de pesquisa no período de 1997 a 2010 (14 anos). Dessa forma, foram levantadas as informações: número total de publicações, áreas temáticas, tipo de documentos, autores, título das fontes, instituições, agências de financiamento, ano das publicações, idiomas e países.

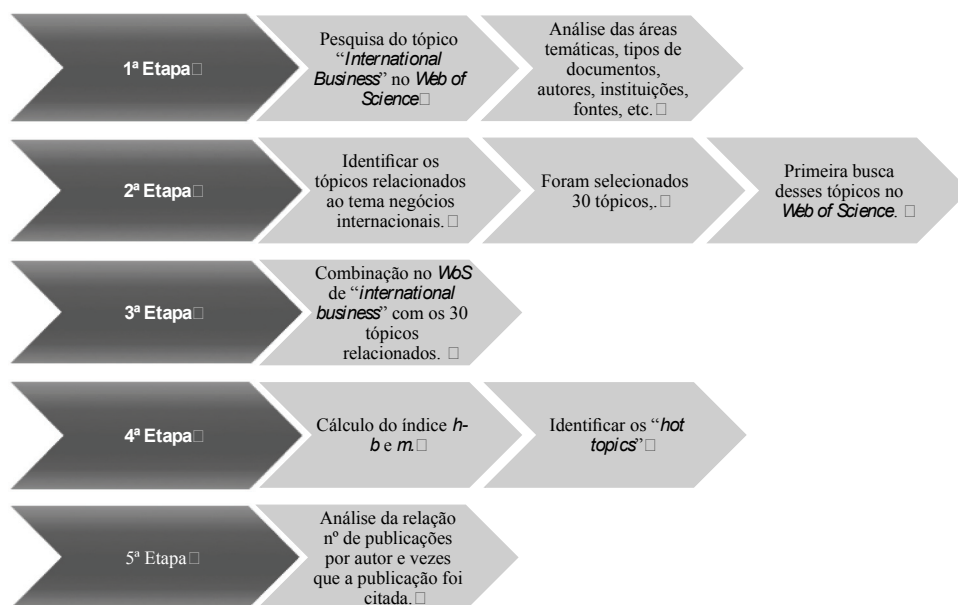


Figura 2 - Etapas da pesquisa

Na segunda etapa foram identificados os tópicos a serem relacionados com o tópico *international business*. Com uma breve pesquisa bibliográfica, foi permitido enumerar 30 tópicos a serem combinados com o termo *international business*. Na terceira etapa, ocorreu a segunda busca ao sistema, combinando cada um dos tópicos ligados ao tema negócios internacionais com o termo *international business* no mesmo período de tempo da primeira pesquisa (1997 a 2010). Em seguida, na quarta etapa, realizou-se a classificação das publicações e identificou-se os "hot topics" através do cálculo do índice *h-b e m*.

Por fim, foi feita uma análise da relação do número de publicações por autor e o número de vezes que o autor foi citado com o propósito de averiguar se a quantidade

publicada por autor está diretamente relacionada com a relevância da produção científica desse. Para tanto, para cada combinação considerada “*hot topic*”, foram selecionados os 10 autores que mais publicaram e as 10 publicações que foram mais citadas. De acordo com Hirsch (2005), o número total de artigos publicados mede a produtividade do autor, mas não mede a importância e/ou impacto de suas publicações. Já o impacto das publicações é medido pelo número de citações que cada uma recebe, podendo ser mensurado pelo *h-index*.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 O Estudo do Assunto Negócios Internacionais nas Publicações do *Web of Science*

Em um primeiro momento, foi pesquisada o termo *International Business* (Negócios Internacionais) no critério tópico no *Web of Science*. Como resultado, foram encontradas 5.355 publicações, as quais apresentam-se divididas, em: área temática, autores, tipos de documentos, título da fonte, ano das publicações, instituições, agências de financiamento, idiomas e países.

Em relação às áreas temáticas que abrangem o estudo de negócios internacionais, foram evidenciadas, conforme mostra a Figura 3, as vinte primeiras que obtiveram o maior número de publicações.

Áreas Temáticas	Nº de Publicações
1. Negócios (<i>Business</i>)	1.578
2. Gestão (<i>Management</i>)	1.456
3. Economia (<i>Economics</i>)	888
4. Ética (<i>Ethics</i>)	210
5. Finanças, Negócios (<i>Business, Finance</i>)	204
6. Planejamento & Desenvolvimento (<i>Planning & Development</i>)	174
7. Relações Internacionais (<i>International Relations</i>)	164
8. Estudos Ambientais (<i>Environmental Studies</i>)	157
9. Ciência da Informação & Biblioteconomia (<i>Information Science & Library Science</i>)	154
10. Pesquisa Operacional & Ciência da Gestão (<i>Operations Research & Management Science</i>)	152
11. Geografia (<i>Geography</i>)	145
12. Ciência Computacional, Sistemas da Informação (<i>Computer Science, Information Systems</i>)	138
13. Ciência Política (<i>Political Science</i>)	131
14. Engenharia Industrial (<i>Engineering, Industrial</i>)	127
15. Ciência Ambiental (<i>Environmental Sciences</i>)	104
16. Ciências Sociais, Interdisciplinaridade (<i>Social Sciences, Interdisciplinary</i>)	101
17. História das Ciências Sociais (<i>History of Social Sciences</i>)	92
18. Engenharia Elétrica e Eletrônica (<i>Engineering, Electrical & Electronic</i>)	86
19. Sociologia (<i>Sociology</i>)	81
20. Administração Pública (<i>Public Administration</i>)	79

Figura 3 - Áreas temáticas no estudo de negócios internacionais

No que tange os autores que mais publicaram sobre a temática negócios internacionais, desconsiderando as publicações não assinadas, foram listados os 20 primeiros autores a seguir: Buckley, P. J. (20); Cavusgil, S. T. (18); Griffith, D. A. (14); Eden, L. (13); Selmer, J. (13); Katsikeas, C. S. (12); Wright, M. (12); Hult, G. T. M. (11); Luo, Y. D. (11);

Peng, M. W. (11); Meyer, K. E. (10); Rugman, A. M. (10); Verbeke, A. (10); Filatotchev, I. (9); Ghauri, P. N. (9); Kolk, A. (9); Yeung, H. W. C. (9); Beamish, P. W. (8); Delios, A. (8); e Kundu, S. K. (8). Observa-se que há uma paridade entre os autores em relação ao número de publicações, não existe alguém que destaca-se com uma considerável quantidade publicada.

Entre as 5.335 publicações encontradas, 4.097 são artigos, 76,79% do total de publicações, 483 são *papers* de anais, 304 são resenhas, 228 matérias editoriais e 184 resenhas de livros. Quanto aos títulos das fontes verificou-se uma concentração desses na área de *Business* (Negócios), também foram encontrados periódicos relacionados a outras áreas da administração, tais como: gestão de pessoas, marketing, finanças, produção, entre outras. As 20 fontes que mais publicaram no período investigado tiveram de 28 a 310 publicações: *Journal of International Business Studies* (310), *Journal of Business Ethics* (190), *International Marketing Review* (127), *International Business Review* (68), *Journal of World Business* (65), *Journal of Business Research* (63), *International Journal of Human Resource Management* (62), *International Journal of Forecasting* (58), *Industrial Marketing Management* (51), *Journal of International Marketing* (51), *Journal of International Economics* (45), *Business History* (43), *Harvard Business Review* (40), *International Journal of Operations & Production Management* (35), *Journal of International Money and Finance* (35), *Strategic Management Journal* (34), *Academy of Management Executive* (33), *Journal of International Management* (31), *Small Business Economics* (29), e *Service Industries Journal* (28).

Observando o histórico temporal das publicações envolvendo o termo negócios internacionais (Figura 4), constata-se um aumento gradativo destas na última década, intensificando-se nos últimos 3 anos.

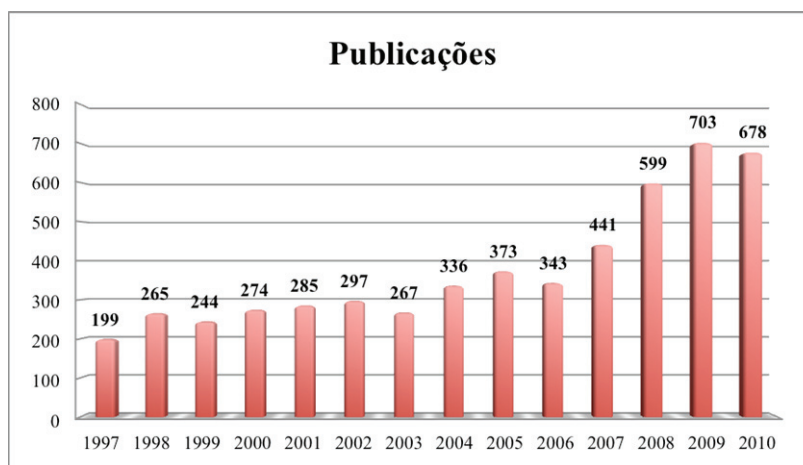


Figura 4 - Publicações por ano

Quando levantadas as 20 instituições que mais publicaram trabalhos relacionados à temática negócios internacionais, foram evidenciadas: 8 instituições norte americanas somando 316 publicações - *Harvard University* (63), *Michigan State University* (47), *University of Texas* (39), *Indiana University* (38), *University of North Carolina* (35), *New York University* (32), *Texas A&M University* (30) e *International Monetary Fund* (32); 4 instituições do Reino Unido com um total de 155 publicações - *University of Leeds* (48), *University of Nottingham* (39), *University of Manchester* (35) e *University Warwick* (33); 3 instituições da República Popular da China com 122 publicações - *Chinese University of Hong Kong* (46), *City University of Hong Kong* (44) e *Hong Kong Polytech University* (32); 2 instituições australianas com 62 publicações - *University of Sydney* (32) e *University of Queensland* (30); 1 instituição de Singapura com 54 publicações - *National University of*

Singapore; 1 instituição holandesa com 42 publicações - *Erasmus University*; e 1 instituição canadense com 31 publicações - *University of Western Ontario*.

Em relação às agências financiadoras de trabalhos que englobam negócios internacionais, enumerou-se as 10 com maior número de publicações: *National Science Foudation* (4), *Academy of Finland* (2), *Australian Research Council – ARC* (2), Comissão Européia (2), *Finnish Funding Agency for Technology and Innovations – Tekes* (2), *Hungarian and Slovenian Academies of Sciences* (2), *National Natural Science Foudation of China* (2), *National Science Council of Taiwan* (2), *Social Sciences and Humanities Research Council of Canada - SSHRC* (2) e *Thailand Research Fund* (2).

Quanto ao número de publicações por países, como pode ser visto na Figura 5, o Estados Unidos lidera o *ranking* dos que mais publicaram com 1.898 estudos, em seguida encontram-se a Inglaterra (783), Canadá (341), Austrália (330), Alemanha (268), República Populas da China (239), Holanda (207), França (162), Espanha (162), Itália (122), Taiwan (122), Japão (105), Escócia (103), Suécia (99), Singapura (88), Finlândia (87), Dinamarca (80), Coréia do Sul (79), Suíça (75) e Nova Zelândia (73). A partir dos achados, pode-se inferir que são nesses países que se encontram as instituições que mais publicam e mais investem em pesquisa na campo de estudo de negócios internacionais.

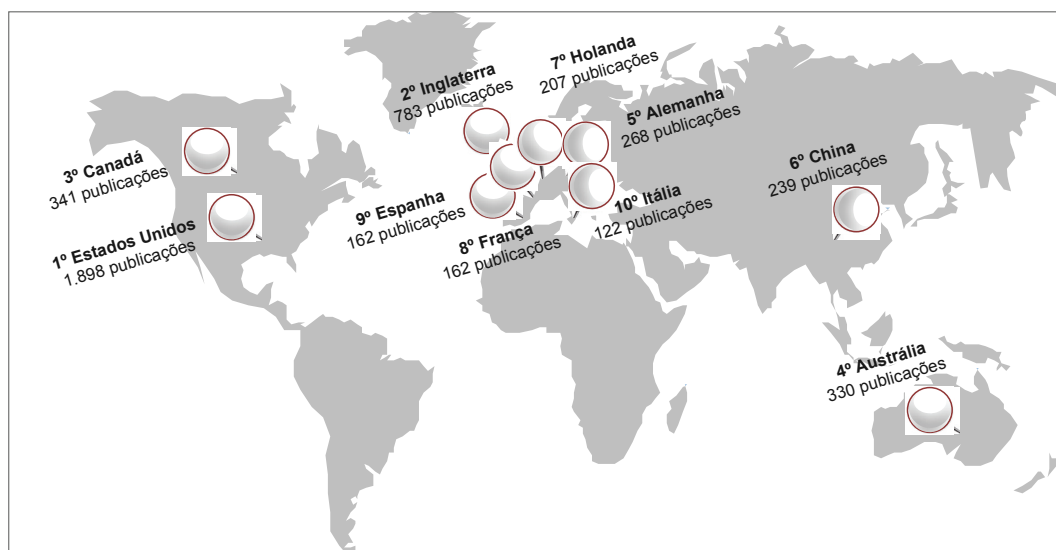


Figura 5 - Os 10 países com maior número de publicações sobre negócios internacionais

Corroborando com a lista dos países que mais publicaram sobre esta temática (Estados Unidos, Inglaterra, Canadá e Austrália), o idioma inglês se sobressai entre os outros com 5.100 publicações, totalizando quase 96% do total. Em seguida surge a língua alemã com 69 estudos, o espanhol com 41 e o francês com 31 publicações.

4.2 O Estudo de Negócios Internacionais e os “Hot Topics”

Nesta etapa da pesquisa, foram investigadas as publicações sobre negócios internacionais e seus principais tópicos de estudo. Com uma breve análise bibliográfica, foram selecionados 30 tópicos relacionados ao tema negócios internacionais que apresentaram uma boa frequência de estudos. Os tópicos selecionados foram: *Culture* (Cultura), *Development* (Desenvolvimento), *Growth* (Crescimento), *Import* (Importação), *Knowledge* (Conhecimento), *Learning* (Aprendizagem), *Networks* (Redes), *Performance* (Desempenho), *Politics* (Política), *Process* (Processo), *Strategy* (Estratégia), *Values* (Valores), *Emerging* (Emergentes), *Financial* (Financeiro), *Laws* (Direito), *Innovation* (Inovação), *Export* (Exportação), *Commitment* (Comprometimento), *Marketing*, *International Relations*

(Relações Internacionais), *People Management* (Gestão de Pessoas), *Brand* (Marca), *Entry Mode* (Modo de Entrada), *Negotiation* (Negociação), *Multinational* (Multinacional), *Competitiveness* (Competitividade), *Alliances* (Alianças), *SMEs* (Médias e Pequenas Empresas), *Joint Ventures* e *Born Global* (Nasce Global). A Figura 6 classifica os 30 tópicos conforme o número de publicações:

Tópicos	Total de Publicações
1°. <i>Culture</i> (Cultura)	> 100.000
2°. <i>Development</i> (Desenvolvimento)	> 100.000
3°. <i>Growth</i> (Crescimento)	> 100.000
4°. <i>Import</i> (Importação)	> 100.000
5°. <i>Knowledge</i> (Conhecimento)	> 100.000
6°. <i>Learning</i> (Aprendizagem)	> 100.000
7°. <i>Networks</i> (Redes)	> 100.000
8°. <i>Performance</i> (Desempenho)	> 100.000
9°. <i>Politics</i> (Política)	> 100.000
10°. <i>Process</i> (Processo)	> 100.000
11°. <i>Strategy</i> (Estratégia)	> 100.000
12°. <i>Values</i> (Valores)	> 100.000
13°. <i>Emerging</i> (Emergentes)	90.578
14°. <i>Financial</i> (Finanças)	60.466
15°. <i>Laws</i> (Direito)	49.926
16°. <i>Innovation</i> (Inovação)	48.128
17°. <i>Export</i> (Exportação)	37.364
18°. <i>Commitment</i> (Comprometimento)	34.744
19°. <i>Marketing</i>	23.611
20°. <i>International Relations</i> (Relações Internacionais)	19.696
21°. <i>People Management</i> (Gestão de Pessoas)	18.387
22°. <i>Brand</i> (Marca)	17.995
23°. <i>Entry Mode</i> (Modo de Entrada)	17.467
24°. <i>Negotiation</i> (Negociação)	13.071
25°. <i>Multinational</i> (Multinacional)	8.572
26°. <i>Competitiveness</i> (Competitividade)	8.519
27°. <i>Alliances</i> (Alianças)	5.539
28°. <i>SMEs</i> (Médias e Pequenas Empresas)	2.721
29°. <i>Joint Ventures</i>	2.111
30°. <i>Born Global</i>	1.032

Figura 6 - Tópicos relacionados à negócios internacionais selecionados para a pesquisa

Posteriormente, foi realizado a combinação de cada tópico listado acima com a temática negócios internacionais. Também foram calculados o total de publicações para cada combinação (tópico relacionado x negócios internacionais), o *h-index* e o coeficiente *m* (Figura 7). Os resultados foram listados conforme o total de publicações de cada combinação, porém é importante observar que alguns tópicos que individualmente possuem um número expressivo de publicações (*learning*, *values* e *laws*), quando pesquisados junto à temática negócios internacionais, o número de publicações torna-se menos expressivo em relação às outras combinações. Também percebe-se alguns tópicos que apresentam um número de publicações individualmente inferior (*joint ventures* e *multinational*), e quando pesquisados

junto à negócios internacionais tornam-se mais expressivos em relação às outras combinações.

Tópicos	Total de publicações	índice <i>h-b</i>	índice <i>m</i>
1°. <i>Performance</i> (Desempenho)	1.088	47	3,36
2°. <i>Import</i> (Importação)	1.347	45	3,21
3°. <i>Strategy</i> (Estratégia)	769	43	3,07
4°. <i>Development</i> (Desenvolvimento)	1.428	40	2,86
5°. <i>International Relations</i> (Relações Internacionais)	1.024	40	2,86
6°. <i>Multinational</i> (Multinacional)	614	39	2,79
7°. <i>Knowledge</i> (Conhecimento)	666	38	2,71
8°. <i>Process</i> (Processo)	1.073	35	2,50
9°. <i>Joint Ventures</i>	258	35	2,50
10°. <i>Innovation</i> (Inovação)	420	31	2,21
11°. <i>Emerging</i> (Emergentes)	445	30	2,14
12°. <i>Growth</i> (Crescimento)	631	30	2,14
13°. <i>Politics</i> (Política)	597	29	2,07
14°. <i>Networks</i> (Redes)	404	29	2,07
15°. <i>Financial</i> (Finanças)	577	29	2,07
16°. <i>Culture</i> (Cultura)	496	29	2,07
17°. <i>Entry Mode</i> (Modo de Entrada)	234	28	2,00
18°. <i>Export</i> (Exportação)	383	27	1,93
19°. <i>Marketing</i>	474	24	1,71
20°. <i>Alliances</i> (Alianças)	185	23	1,65
21°. <i>Values</i> (Valores)	255	22	1,57
22°. <i>Learning</i> (Aprendizagem)	249	22	1,57
23°. <i>Commitment</i> (Comprometimento)	212	21	1,50
24°. <i>Competitiveness</i> (Competitividade)	194	16	1,14
25°. <i>Negotiation</i> (Negociação)	111	14	1,00
26°. <i>SMEs</i> (Médias e Pequenas Empresas)	100	14	1,00
27°. <i>People Management</i> (Gestão de Pessoas)	72	13	0,93
28°. <i>Laws</i> (Direito)	67	11	0,79
29°. <i>Global Born</i> (Empresa que Nasce Global)	48	10	0,71
30°. <i>Brand</i> (Marca)	92	9	0,64

Figura 7: Hot topics no estudo de negócios internacionais

Com o cálculo do índice *h* e do índice *m* é possível mensurar o desempenho dos tópicos/combinções pesquisados tendo por base o número de citações que estas tiveram (Kelly & Jennions, 2006). Orientando-se pelas considerações de Banks (2006) sobre os índices *h-b* e *m*, pode-se classificar como “hot topics” ou tópicos quentes as combinações do tópico negócios internacionais com: *performance* (3,36); *import* (3,21); *strategy* (3,07); *development* (2,86); *international relations* (2,86); *multinational* (2,79); *knowledge* (2,71); *process* (2,50); *joint ventures* (2,50); *innovation* (2,21); *emerging* (2,14); *growth* (2,14); *politics* (2,07); *networks* (2,07); *financial* (2,07); *culture* (2,07) e *entry mode* (2,00). As demais combinações, por apresentarem um $m > 0,5$, podem ser consideradas como “hot topics” emergentes como áreas de pesquisa.

Tendo por base a pesquisa realizada no *Web of Science*, foram selecionados, para as combinações consideradas “hot topics” (*performance*, *import*, *strategy*, *development*,

international relations, multinational, knowledge, process, joint ventures, innovation, emerging, growth, politic, networks, financial, culture e entry mode), os cinco autores com maior número de publicações. Também foi investigado, dentre esses pesquisadores, quais aparecem como autores das 10 publicações mais citadas para cada combinação (Figura 8).

Tópicos	Autores com mais publicações	Publicações mais citadas
Performance (Desempenho)	Cavusgil, S.T. (13) ¹ ; Griffith, D.A. (11); Katsikeas, C.S. (11); Wright, M. (9); Luo, YD. (8)	6 ^o . ² Wright, M. , Filatotchev, I., Hoskisson, R.E., <i>et al.</i> (2005). Strategy research in emerging economies: challenging the conventional wisdom – introduction. <i>Journal of Management Studies</i> , 42(1), 1-33. (157) ³ 9 ^o . Knight, G.A., Cavusgil, S.T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm, <i>Journal of International Business Studies</i> , 35(2), 124-141. (127)
Import (Importação)	Katsikeas, C.S. (8); Kraemer, K.L. (6); Zahra, S.A. (6); Buckley, P.J. (5); Griffith, D.A. (5)	1 ^o . Zahra, S.A. , Ireland, R.D., Hitt, M.A. (2000). International expansion by new venture firms: international diversity, mode of market entry, technological learning, and performance. <i>Academy of Management Journal</i> , 43(5), 925-950. (290) 8 ^o . Buckley, P.J. , Casson, M.C. (1998). Analyzing foreign market entry strategies: extending the internalization approach. <i>Journal of International Business Studies</i> , 29(3), 539-561. (117)
Strategy (Estratégia)	Peng, M.W. (10); Cavusgil, S.T. (9); Rugman, A.M. (7); Verbeke, A. (7); Delios, A. (6)	2 ^o . Peng, M.W. (2003). Institutional transitions and strategic choices. <i>Academy of Management Review</i> , 28(2), 275-296. (249) 6 ^o . Rugman, A.M. , Verbeke, A. (2004). A perspective on regional and global strategies of multinational enterprises. <i>Journal of International Business Studies</i> , 35(1), 3-18. (133) 7 ^o . Knight, G.A., Cavusgil, S.T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm, <i>Journal of International Business Studies</i> , 35(2), 124-141. (127)
Development (Desenvolvimento)	Buckley, P.J. (5); Cavusgil, S.T. (5); Griffith, D.A. (5); Wright, M. (5); Yeung, H.W.C. (5)	8 ^o . Buckley, P.J. , Ghauri, P.N. (2004). Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises. <i>Journal of International Business Studies</i> , 35(2), 81-98. (91)
International Relations (Relações Internacionais)	Cavusgil, S. T. (7); Griffith, D. A. (6); Katsikeas, C. S. (6); Ghauri, P.N. (5); Hult, G.T.M. (5)	10 ^o . Buckley, P.J., Ghauri, P.N. (2004). Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises. <i>Journal of International Business Studies</i> , 35(2), 81-98. (91)
Multinational (Multinacional)	Buckley, P.J. (11); Rugman, A.M. (9); Kolk, A. (8); Verbeke, A. (8); Meyer, K.E. (7)	5 ^o . Rugman, A.M. , Verbeke, A. (2004). A perspective on regional and global strategies of multinational enterprises. <i>Journal of International Business Studies</i> , 35(1), 3-18. (133)
Knowledge (Conhecimento)	Cavusgil, S.T. (7); Griffith, D.A. (7); Wright, M. (7); Buckley, P.J. (5); Ireland, R.D. (4)	1 ^o . Zahra, S.A., Ireland, R.D. , Hitt, M.A. (2000). International expansion by new venture firms: international diversity, mode of market entry, technological learning, and performance. <i>Academy of Management Journal</i> , 43(5), 925-950. (290)

		7º. Knight, G.A., Cavusgil, S.T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm, <i>Journal of International Business Studies</i> , 35(2), 124-141. (127)
Process (Processos)	Cavusgil, S.T. (6); Hult, G.T.M. (6); Griffith, D.A. (5); Calantone, R.J. (4); Ghauri, P.N. (4)	-
Joint Ventures	Buckley, P.J. (9); Glaister, K.W. (6); Meyer, K.E. (6); Beamish, P.W. (5); Peng, M.W. (5)	2º. Peng, M.W. (2003). Institutional transitions and strategic choices. <i>Academy of Management Review</i> , 28(2), 275-296. (249) 4º. Lu, J.W., Beamish, P.W. (1998). The internationalization and performance of SMEs. <i>Strategic Management Journal</i> , 22(6-7), 565-586. (172) 7º. Buckley, P.J. , Casson, M.C. (1998). Analyzing foreign market entry strategies: extending the internalization approach. <i>Journal of International Business Studies</i> , 29(3), 539-561. (117)
Innovation (Inovação)	Birkinshaw, J. (4); Knight, G.A. (4); Kraemer, K.L. (4); Zhu, K. (4); Aulakh, P.S. (3)	5º. Knight, G.A. , Cavusgil, S.T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. <i>Journal of International Business Studies</i> , 35(2), 124-141. (127) 7º. Zhu, K. , Kraemer, K.L. (2005). Post-adoption variations in usage and value of e-business by organizations: cross-country evidence from the retail industry. <i>Information Systems Research</i> , 16(1), 61-84. (100) 10º. Frost, T.S., Birkinshaw, J.M. , Ensign, P. C. (2002). Centers of excellence in multinational corporations. <i>Strategic Management Journal</i> , 23(11), 997-1018. (95)
Emerging (Emergentes)	Meyer, K. E. (10); Peng, M. W. (5); Luo, Y. D. (7); Wright, M. (7); Filatotchev, I. (6)	1º. Peng, M.W. (2003). Institutional transitions and strategic choices. <i>Academy of Management Review</i> , 28(2), 275-296. (249) 3º. Wright, M. , Filatotchev, I. , Hoskisson, R. E., <i>et al.</i> (2005). Strategy research in emerging economies: challenging the conventional wisdom – introduction. <i>Journal of Management Studies</i> , 42(1), 1-33. (157) 6º. Meyer, K.E. , Peng, M.W. (2005). Probing theoretically into Central and Eastern Europe: transactions, resources, and institutions. <i>Journal of International Business Studies</i> , 36(6), 600-621. (81) 7º. Meyer, K.E. (2004). Perspectives on multinational enterprises in emerging economies. <i>Journal of International Business Studies</i> , 35(4), 259-276. (81)
Growth (Crescimento)	Balaz, P. (4); Luo, Y.D. (4); Thompson, E.R. (4); Buckley, P.J. (3); Eliasson, P.J. (3)	2º. Buckley, P.J. , Casson, M.C. (1998). Models of the multinational enterprise. <i>Journal of International Business Studies</i> , 29(1), 21-44. (90)
Politic (Política)	Ghauri, P.N. (4); Hillman, A.J. (4); Yeung, H.W.C. (4); Hadjikhani, A. (3); Kayser, M.A. (3)	4º. Yeung, H.W.C. (1998). Capital, state and space: contesting the borderless world. <i>Transactions of the Institute of British Geographers</i> , 23(3), 291-309. (101) 5º. Hillman, A.J. , Hitt, M.A. (1999). Corporate political strategy formulation: a model of approach, participation, and strategy

		<p>decisions. <i>Academy of Management Review</i>, 24(4), 825-842. (98)</p> <p>6°. Buckley, P.J., Ghauri, P.N. (2004). Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises. <i>Journal of International Business Studies</i>, 35(2), 81-98. (91)</p>
Networks (Redes)	<p>Yeung, H.W.C. (6); Rauch, J.E. (4); White, R. (4); Wright, M. (4); Beaverstock, J.V. (3)</p>	<p>4°. Rauch, J.E., Trindade, V. (2002). Ethnic Chinese networks in international trade. <i>Review of Economics and Statistics</i>, 84(1), 116-130. (101)</p> <p>5°. Yeung, H.W.C. (1998). Capital, state and space: contesting the borderless world. <i>Transactions of the Institute of British Geographers</i>, 23(3), 291-309. (101)</p> <p>7. Rauch, J.E. (2001). Business and social networks in international trade. <i>Journal of Economic Literature</i>, 39(4), 1177-1203. (98)</p>
Financial (Financeiro)	<p>Kraemer, K.L. (4); Zahra, S.A. (4); Zhu, K. (4); Berger, A.N. (3); Griffith, D.A. (3)</p>	<p>1°. Zahra, S.A., Ireland, R. D., Hitt, M. A. (2000). International expansion by new venture firms: international diversity, mode of market entry, technological learning, and performance. <i>Academy of Management Journal</i>, 43(5), 925-950. (290)</p> <p>3°. Zhu, K., Kraemer, K.L. (2005). Post-adoption variations in usage and value of e-business by organizations: cross-country evidence from the retail industry. <i>Information Systems Research</i>, 16(1), 61-84. (100)</p> <p>6°. Zhu, K., Kraemer, K.L., Xu S., et al. (2004) Information technology payoff in e-business environments: an international perspective on value creation of e-business in the financial services industry. <i>Journal of Management Information Systems</i>, 21(1), 17-54. (68)</p>
Culture (cultura)	<p>Cavusgil, S.T. (7); Buckley, P.J. (5); Ralston, D.A. (4); Brewer, P. (3); Clegg, J. (3)</p>	<p>4°. Knight, G.A., Cavusgil, S.T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm, <i>Journal of International Business Studies</i>, 35(2), 124-141. (127)</p> <p>5°. Buckley, P.J., Casson, M.C. (1998). Analyzing foreign market entry strategies: extending the internalization approach. <i>Journal of International Business Studies</i>, 29(3), 539-561. (117)</p>
Entry Mode (Modo de Entrada)	<p>Buckley, P.J. (6); Meyer, K.E. (6); Wright, M. (6); Brouthers, K.D. (4); Brouthers, L.E. (4)</p>	<p>3°. Buckley, P.J., Casson, M.C. (1998). Analyzing foreign market entry strategies: extending the internalization approach. <i>Journal of International Business Studies</i>, 29(3), 539-561. (117)</p>

Figura 8: Relação entre autores com mais publicações e publicações mais citadas

Legenda: ¹ número de publicações por autor; ² posição da publicação conforme número de vezes que foi citada; ³ número de vezes que a publicação foi citada.

A elaboração da Figura 8 teve como propósito levantar a relação do número de publicações por autores com o número de vezes que cada autor (publicação) foi citado. É possível observar, com base na Figura 8, que o número de publicações está relacionado com a eficiência do autor (número de vezes que foi citado). Inúmeros autores (Buckley, P.J.; Wright, M.; Cavusgil, S.T.; Peng, M.W.; entre outros) que apareceram como os que mais publicaram

sobre negócios internacionais e tópicos relacionados, também apareceram na lista de autores (publicações) mais citados. Dessa forma, pode-se inferir que aqueles que mais publicam nesse campo de estudo (negócios internacionais) também são os que desenvolvem os trabalhos mais relevantes nessa área.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O levantamento das publicações abrigadas na base *Web of Science* com o índice de citações *ISI Citation Indexes* no período de 1997 a 2010 (14 anos) resultou em 5.355 trabalhos relacionados a negócios internacionais, que estavam inseridos, principalmente, nas áreas de negócios (*business*) e gestão (*management*). O maior número de publicações (310) referente a negócios internacionais foi encontrado no *Journal of International Business Studies*, que consiste no periódico de maior renome na área verificada.

As publicações analisadas apontaram a predominância de autores dos Estados Unidos (1.898 estudos), seguidos da Inglaterra (783 estudos) e Canadá (341 estudos) e, dentre as vinte universidades com mais trabalhos sobressaiu-se a Universidade de *Harvard - Harvard University*, com 63 publicações.

Observa-se que os três países com maior representatividade nos estudos durante período de 1997 a 2010 são os mesmos encontrados no levantamento realizado por Inkpen e Beamish (1994), o que significa a continuidade do investimento nas pesquisas de campo e a concentração de análises realizadas a partir da observação em países desenvolvidos. Ainda comparando os resultados da presente pesquisa com a de Inkpen e Beramish (1994), verificou-se que as trinta e cinco (35) publicações representando a Universidade de Carolina do Norte - *University of North Carolina* fizeram com que esta ficasse em quinto lugar entre as instituições.

Na etapa posterior, foram encontrados os seguintes temas emergentes publicados no exterior relacionados a negócios internacionais, lembrando que para que isto ocorra o índice deve ser maior ou igual a dois (2): performance - *performance* (3,36); importação - *import* (3,21); estratégia - *strategy* (3,07); desenvolvimento - *development* (2,86); relações internacionais - *international relations* (2,86); multinacionais - *multinational* (2,79); conhecimento - *knowledge* (2,71); processo - *process* (2,50); *joint ventures* (2,50); inovação - *innovation* (2,21); países emergentes - *emerging* (2,14); crescimento - *growth* (2,14); políticas - *politics* (2,07), redes - *networks* (2,07); finanças - *financial* (2,07); cultura - *culture* (2,07) e modo de entrada - *entry mode* (2,00). Percebe-se que os tópicos verificados por Inkpen e Beamish (1994): relações internacionais, política e finanças permanecem como “*hot-topics*”, ainda que com o passar dos anos.

Também foi detectado que os autores que mais publicam no campo de estudo de negócios internacionais, também são os que desenvolvem os trabalhos mais relevantes nessa área, ou seja, aqueles artigos que são mais lembrados (citados) por outros autores.

No decorrer do trabalho, foi possível verificar a utilidade de mecanismos de busca *online* para a realização de pesquisas acadêmicas, como os disponibilizados pela *Web of Science*, que servem de ferramenta para que a comunidade acadêmica tenha acesso às publicações, bem como buscar informações a respeito da evolução de seus temas de interesse.

Estudos de natureza bibliométrica buscam ampliar a compreensão de um tema emergente como a internacionalização. Além disso, servem também para demonstrar características relacionadas à produção científica, assim como verificar os países e instituições que se destacam.

Os resultados desta pesquisa são relevantes para a construção do conhecimento científico sobre negócios internacionais, porém deve-se considerar como limitação do estudo

o fato do mesmo ter sido realizado utilizando-se apenas em periódicos vinculados ao sistema *Web of Science*. Por esta razão, sugere-se que estudos futuros desta natureza, possuam uma amplitude maior, abrangendo por exemplo, outros periódicos científicos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araújo, C. A. (2006). Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. *Em Questão*, 12(1), 11-32.
- Banks, M. G. (2006). *An extension of the Hirsch index: indexing scientific topics and compounds*. Recuperado em 07 julho, 2010, de <http://www.arxiv.org/abs/physics/0604216>.
- Bar-Ilan, J. (2008). Which h-index? A comparison of WoS, Scopus and Google Scholar. *Scientometrics*, 74(2), 257–271.
- _____. (2010). Web of science with the conference proceedings citation indexes: the case of computer science. *Scientometrics*, 83, 809-824.
- Castells, M. (1995). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Dunning, J. (1989). The study of international business: a plea for a more interdisciplinary approach. *Journal of International Business Studies*, 20(3).
- Dymsza, W. (1984). Future international business research and multidisciplinary studies. *Journal of International Business Studies*, 15(1).
- Fonseca, E. N. (1986). *Bibliometria: teoria e prática*. São Paulo: Cultrix.
- Foresti, N. (1989). *Estudo da contribuição das revistas brasileiras de biblioteconomia e ciência da informação enquanto fonte de referência para a pesquisa*. Dissertação de mestrado, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil.
- Garfield, E. (1963). Science Citation Index. *Science Citation Index 1961*, 1. Recuperado em 28 junho, 2010, de <http://garfield.library.upenn.edu/papers/80.pdf>.
- Grosse, R., & Behrman, J. (1992). Theory in international business. *Transnational Corporations*, 1(2).
- Guedes, A. L. (2007). Negócios internacionais e gestão internacional: de onde viemos e para onde vamos? *Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31.
- Hirsch, J. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 102(46), 16569-16572.
- Kelly, C. D., & Jennions, M. D. (2006). The h index and career assessment by numbers. *Trends in Ecology and Evolution*, 21(4), 167-170.

Kuazaqui, E., & Lisboa, T. C. (2009). Estratégias de entrada e operações em mercados internacionais: China. *5ème colloque de l'IFBAE*, Grenoble, França, 5.

Scherer, F. L. (2007). *Negócios internacionais: a consolidação de empresas brasileiras de construção pesada em mercados externos*. Tese de doutorado, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil.

Stal, E. (2010). Internacionalização de empresas brasileiras e o papel da inovação na construção de vantagens competitivas. *Revista de Administração e Inovação*, 7(3), 118-147.

Thomson Scientific (2010). *Web of Science*. Recuperado em 28 junho, 2010, de <http://scientific.thomson.com/products/wos/>.