

A Legitimação da Internacionalização no Processo da Estratégia: um olhar crítico sobre sua hegemonia funcionalista e sobre o Brasil no contexto internacional

Autoria: Emili Thais Bezerra de Oliveira, Brigitte Renata Bezerra de Oliveira, Erica Piros Kovacs

Resumo

Os estudos em Estratégia no exterior e no Brasil centram seus esforços notadamente nos aspectos mais econômicos e prescritivos do campo. A área da administração estratégica é orientada por uma lógica hegemônica funcionalista e por sua abordagem tipicamente positivista. Em seu turno, as orientações epistemológicas do campo de pesquisa sobre negócios internacionais são posicionadas sob a égide do processo de estratégia das empresas (MELIN, 1992), adotando, naturalmente, a mesma orientação economicista e prescritiva. Por meio da teoria institucional, o fenômeno da internacionalização pode ser analisado através da lente da legitimação (MEYER; ROWAN, 1992) a qual orienta os estudos e práticas organizativas da estratégia e da internacionalização. Esta lente parece amalgamar a perpetuação de modelos desenvolvidos em contextos outros que não a realidade de países como o Brasil. Em busca de trazer mais calor à discussão, o pensamento pode ser conduzido para o quão as teorias de internacionalização podem adotar a manutenção da dialética dependência (MARINI, 1991) dos países não desenvolvidos àqueles que detêm o capital, em suas relações de troca. Diante do quadro, este ensaio teórico provocativo discute a legitimação da internacionalização como continuidade do processo da estratégia das firmas *versus* a dialética da dependência entre as nações. São discutidas a ontologia e a epistemologia estratégia empresarial e da internacionalização, à ótica da Teoria Institucional, sobretudo à importância da legitimação ambiental na conquista e sustentação da vantagem competitiva. No debate, constata-se a adoção mimética dos paradigmas dominantes de especialização nas práticas organizativas, fundamentada essencialmente nos postulados de Vernon (1966), Porter (1989) e Dunning (1988), bem como é notada a influência do agente externo como impulsionador da internacionalização das empresas em países em desenvolvimento. Destaca-se que, de modo geral, as investigações no Brasil apresentam esforços para adequação das principais abordagens teóricas sobre internacionalização “importadas” para o entendimento de empresas nacionais. Em seguida, são apresentados os postulados de Furtado (2002) e Marini (1991), os quais defendem a importância dos países em desenvolvimento assumirem ontologia própria nos estudos e práticas organizacionais. Na referida e imperiosa globalização, os estados são interdependentes; todavia, tal interdependência e competição entre empresas nacionais, não necessariamente deve agir no sentido de enfraquecer as economias do país (FURTADO, 2002). Nesta linha e contrariando o que dizem as teorias liberais, a economia exportadora é algo maior que o produto de uma economia internacional fundamentada na especialização produtiva. Por fim, declara-se que as reflexões engendradas consistem em um esforço em nossa tomada de consciência, a partir de uma formação pautada pela hegemonia funcionalista como modo de gestão das organizações nacionais e internacionais.

1 Introdução

Os estudos em Estratégia no exterior e no Brasil centram seus esforços notadamente nos aspectos mais econômicos e prescritivos do campo (AMARAL-FILHO; MACHADO-DA-SILVA, 2006). A área da administração estratégica, tradicionalmente mercantilista, é orientada por uma lógica hegemônica funcionalista (ver seminais: CHANDLER, 1962, ANSOFF, 1973;) e por sua abordagem tipicamente positivista (BARRETO, 1998). Em seu turno, as orientações epistemológicas do campo de pesquisa sobre negócios internacionais são posicionadas sob a égide do processo de estratégia das empresas (MELIN, 1992), adotando, naturalmente, a mesma orientação economicista e prescritiva. À luz deste argumento, a internacionalização das firmas e os fatores que influenciam seus resultados, econômicos e financeiros com ênfase, são alvo de crescente interesse tanto no ambiente empresarial quanto acadêmico. Parece ser inegável o quão a evolução observada na arena da economia mundial nos últimos anos exige um posicionamento diferenciado das empresas (ZOU; TAYLOR; OSLAND, 1998).

Desde a última década do século XX, tem sido intensificada a discussão sobre a internacionalização como meio para o fortalecimento das empresas (LAGES; MONTGOMERY, 2004) e aumento da competitividade do Brasil, por permitir acesso a recursos e demandas em potencial e promover a reestruturação econômica diante de um mercado internacional dinâmico. Entretanto, o corpo teórico para o entendimento do fenômeno da internacionalização foi cultivado nos países desenvolvidos (ver: CONDO, 2002). A aplicabilidade limitada das teorias existentes para os países em desenvolvimento deriva, parcialmente, da omissão do reconhecimento do contexto das atividades (KUADA, SORENSEN, 2000, p.181), o que vai ao encontro da necessidade de institucionalização de modelos mais adequados à realidade dos países emergentes (CHILD, RODRIGUES, 2005). Em geral, estes países são entrantes tardios no comércio internacional e apresentam desvantagens competitivo-econômicas óbvias.

Ademais, a teorização organizacional a partir de múltiplas lentes, seja considerando variáveis como a racionalidade, integração, mercado, conhecimento e poder (REED, 1999), seja deslocando o centro de convergência teórico-empírico dos Estados Unidos e do Reino Unido (CLEGG, 1998), seja esmiuçando as estruturas sociais por meio de análises de rede, cultura e agência (EMIRBAYER; GOODWIN, 1994), dá indícios de sua presença. Evidencia-se o interesse crescente em aproximar o campo da estratégia a uma abordagem mais sociológica (ver: WITTINGTON, 1996; MACHADO-DA-SILVA; FONSECA, 2002), o qual clama pela observação do fenômeno da internacionalização à ótica das teorias das organizações. Isto corrobora a proposta apresentada por Edith Penrose (1962), cuja maior contribuição foi despertar os acadêmicos para importância dos estudos da firma além da lógica economicista e restrita.

Não obstante, cabe ressaltar que as teorias, como mecanismos simplificadores da realidade, enfatizam e distorcem certos aspectos (PERROW, 1986, p.219-256). Muito embora a referida globalização e integração da economia tenham acelerado os processos de expansão internacional nas organizações, desde a década de 60 já era registrada a necessidade de comercialização e movimentação de capital entre os países, donde originaram teorias clássicas de internacionalização, tais como: o acompanhamento do ciclo de vida do produto (VERNON, 1966, 1979), o enfoque comportamental e incremental da Escola Nórdica de Negócios Internacionais (JOHANSON; VAHLNE, 1977), e, posteriormente nos anos 80, os determinantes da vantagem competitiva das nações (PORTER, 1989). A partir dos anos 90, destacam-se as contribuições decorrentes pesquisas sobre a *resource-based view* (RBV), a qual enfatiza os aspectos internos e idiossincráticos da empresa como fundamentais para o

sucesso na competição internacional (BARNEY, 2002; DHANARAJ; BEAMISH, 2003; SHARMA; ERRAMILI, 2004). A partir da orientação destes corpos teóricos, quiçá as evidências encontradas nas pesquisas brasileiras derivem da simples busca de convergência ao modelo ao invés de uma análise das divergências (RODRIGUES; SÁ, 1979).

Por meio da teoria institucional, o fenômeno da internacionalização pode ser analisado através da lente da legitimação (MEYER; ROWAN, 1983) a qual orienta os estudos e práticas organizativas da estratégia e da internacionalização. Esta lente parece amalgamar a perpetuação de modelos desenvolvidos em contextos outros que não à realidade de países como o Brasil. Clegg (1998) discute a importância de contextualizar plenamente o fenômeno, a partir da configuração de relações de autonomia e dependência relativas entre as formas de organização social e econômica e os valores culturais e institucionais do meio o qual esta organização está inserida. Há consideração, portanto, do coletivo e a importância dos agentes (experimentalistas relacionais pragmáticos muito além da perspectiva individual) na legitimação institucional (DIMAGGIO; POWELL, 1983). Em busca de trazer mais calor à discussão, o pensamento pode ser conduzido para o quanto as teorias de internacionalização podem adotar a manutenção da dialética dependência (MARINI, 1991) dos países não desenvolvidos àqueles que detêm o capital, em suas relações de troca. Nas palavras de Marini (1991, p. 2)

la division internacional del trabajo, que determinará el curso del desarrollo (...) es a partir de entonces que se configura la dependencia, entendida como una relación de subordinación entre naciones formalmente interdependientes, en cuyo marco las relaciones de producción de las naciones subordinadas son modificadas o recreadas para asegurar la reproducción de la dependencia.

Diante do quadro, este ensaio teórico discute a legitimação da internacionalização como continuidade do processo da estratégia das firmas *versus* a dialética da dependência entre as nações. A aparente inconsistência entre as unidades de análise descansa na defesa de Porter (1989, p. 43); o autor pontua ser possível discutir questões referentes às nações a partir da lógica das firmas, as quais verdadeiramente competem. Faz-se mister discutir as heranças da ciência moderna e do decorrente sistema capitalista no campo, as quais, possivelmente, constituem a base para a legitimação das práticas. Adicionalmente, torna-se crucial a formulação de questionamentos sobre as conseqüências do *modus operandi* tradicional em estratégia e internacionalização das firmas, cujo lastro tem sido constituído basicamente do *mainstream* prescritivo, dominador e economicista. Tomando por base o contexto brasileiro, procederemos, ao final, à seguinte indagação: a inserção do Brasil no comércio internacional dá-se de uma maneira favorável ao desenvolvimento socioeconômico das empresas nacionais e dos atores sociais do país?

2 A Legitimação da Estratégia das Firms à Internacionalização: a ontologia e a epistemologia do fenômeno

O estudo dos fenômenos sociais repousa inexoravelmente sob a égide de questionamentos complexos (LADRIÈRE, 1977). É válido afirmar que as organizações foram representadas, ao longo do século XX, nos mais diversos termos modernistas, tendo em sua base os postulados da burocracia e decorrente divisão do trabalho (WEBER, 1978). A administração estratégica traz igualmente em seu bojo questões referentes à racionalização e à eficiência.

A consistência de um texto científico é expressa principalmente pelo quadro de referência epistemológico que direciona seu desenvolvimento, quais sejam: positivista, interpretativista, construtivista, estruturalista e dialético (TRIVIÑOS, 1987). Foerster (1996) critica a essa ciência moderna positivista, a qual orienta os estudos em estratégia das firmas, e

sim apregoa a construção social entre os agentes dos fenômenos por meio das interações sociais (BERGER; LUCKMANN, 2009). De acordo com alguns teóricos, tais como Rossoni e Machado-da-Silva (2007) o campo científico da estratégia, como qualquer campo social, é um sistema social e como tal apresenta “relações reproduzidas entre atores ou coletividades, organizadas como práticas sociais regulares” (GIDDENS, 1989, p. 20). Baseado nessas críticas epistemológicas, parece haver uma tendência emergente por parte dos cientistas e estudiosos de voltarem seus desenvolvimentos para bases mais sociais, donde este ensaio busca, posteriormente, descansar. Contudo, apesar de sofrer críticas por discutir mais sobre o instrumento ou a prática operacional de pesquisa do que sobre a epistemologia da ciência social, o positivismo tem sido predominante em estudos brasileiros no campo (DALMORO *et al.*, 2007).

2.1 O fenômeno à luz da Teoria Institucional e o retrato da hegemonia funcionalista

Nesta seção, tem início a reflexão acerca das regras do jogo institucionalizadas para a prática da internacionalização. Para tal, faz-se necessária uma breve revisão sobre a teoria institucional, a qual tem como proeminentes representantes Robert Merton e Philip Selznick (ver: FACHIN; MENDONÇA, 2003), bem como DiMaggio e Powell e (1983). Destaca-se o clássico artigo de Meyer e Rowan (1992), da partir do qual proliferam análises organizacionais baseadas em uma perspectiva institucional (TOLBERT; ZUCKER, 2007). No Brasil, são notáveis os esforços de Carvalho, Vieira e Goulart (2005), Vieira e Mizocsky (2003) Machado-da-Silva (1991). A abordagem institucional, contudo, ainda há que tornar-se institucionalizada; há pouco consenso sobre a definição dos seus conceitos-chave norteadores e a metodologia adequada de pesquisa.

Os campos de pesquisa da estratégia e da institucionalização podem ser observados à luz de um prisma integrador (ver: AMARAL-FILHO; MACHADO-DA-SILVA, 2006): não apenas considerando a questão social da estratégia como prática (WITTINGTON, 1996), mas, sobretudo à importância da legitimação ambiental na conquista e sustentação da vantagem competitiva, perseguida com avidez nos estudos de Barney (2002). A realidade das firmas é socialmente construída (BERGER; LUCKMAN, 2009) e este social reflete não apenas seu ambiente interno ou o microambiente, mas as práticas institucionalmente legitimadas nos níveis mais macro do ambiente. A eficácia operacional, a produtividade, o bom aproveitamento dos recursos, a parcimônia do processo produtivo, tão veementemente debatidos no campo da estratégia empresarial, cede muitas vezes espaço à dimensão simbólica e atribuição de valor social (ver: MEYER; ROWAN, 1992).

A instituição representa uma ordem social (JEPPERSON, 1991), cujo padrão é dotado de relativa estabilidade ou ontologia própria. De acordo com o autor, sua sobrevivência dá-se graças aos processos de auto-ativação social. A partir dos sistemas simbólicos, regulativo, cognitivo e normativo (MEYER; ROWAN, 1992), as organizações se adaptam ao contexto o qual estão inseridas; ao mesmo tempo, formam as regras institucionais para estarem em sintonia com seus objetivos. É assim que essa realiza uma adaptação em profundidade com o ambiente social, cuja alteração da natureza das suas partes constituintes confere à organização uma identidade distinta. A institucionalização envolve o processo onde processos sociais e obrigações passam a ter um status de regra no pensamento e na ação social (MEYER; ROWAN, 1992).

Por sua vez, legitimidade consiste em uma suposição de que as ações de uma entidade são desejadas ou apropriadas dentro de algum sistema valores, crenças normas; a conformidade é tendência resultante do processo de institucionalização (OLIVER, 1991). Intimamente relacionada à institucionalização, a legitimidade proporciona, portanto, o lastro

necessário para as proposições acerca das forças normativas que moldam e cerceiam os atores organizacionais. Scott (1995) é específico ao declarar que a legitimidade dá sentido às coisas e às ações sociais; por conseguinte, não é uma mercadoria a ter-se posse ou troca, mas essencialmente uma condição dotada de alinhamento cultural, apoio normativo e consonância com leis e regras praticadas no ambiente. Em decorrência, a estrutura organizacional assume um caráter social, interacionista e adaptativo, ainda que tente ser delineada por regras formais. Sua ontologia vai muito além destas questões puramente formais. Diversos autores destacam a entidade do ambiente institucional, onde são elaboradas e difundidas as regras sociais; as organizações adaptam-se, obtêm legitimidade e apoio contextual (eg.: DIMAGGIO; POWELL, 1983; MACHADO-DA-SILVA; AMARAL-FILHO, 2006).

A internacionalização das firmas parece adotar o espectro de legitimidade normativa e/ou cognitiva em detrimento do tipo regulativo (ver: SCOTT, 1995), graças a adoção mimética dos paradigmas dominantes de especialização e estágios de desenvolvimento. Nas economias emergentes, a expansão internacional das empresas privadas decorre, principalmente, da manufatura no país de origem e posterior exportação de produtos para mercados estrangeiros e as decisões inerentes à exportação podem ser classificadas como reativas ou pró-ativas (PIERCY, 1981) de acordo com a resposta às pressões internas e externas (KUADA, SORENSEN, 2000). A partir dos construtos expostos, ainda que as características organizacionais e percepções de riscos pela gerência influenciarem o comportamento de internacionalização, o atual ambiente competitivo global exige aplicações pró-ativas específicas de novas estratégias (AULAKH; KOTABE; TEEGEN, 2000), visto que a competição nacional tende a ser diferente da internacional. As empresas com aspirações diferentes adotam políticas distintas, que devem ser internamente consistentes, obtendo a racionalidade por meio dos problemas situacionais, locais e oportunidades encontradas (PIERCY, 1981), buscando um ajuste entre a organização e o ambiente por meio de adaptações às condições contextuais. É ressaltada, portanto, uma perspectiva que enxergue os negócios como estruturas de exportação em desenvolvimento que buscam o encaixe (*fit*) com as oportunidades existentes e potenciais no exterior (REID, 1983). Na seção a seguir, discute-se brevemente o conceito de internacionalização e a internacionalização como estratégia, a fim de subsidiar a reflexão sobre a legitimidade de sua hegemonia funcionalista; herança típica da ciência moderna, donde é reprimida a emancipação dos atores (ver: MISOCZKY; AMANTINO-DE-ANDRADE, 2005; VIEIRA; CALDAS, 2006).

2.1 O conceito de internacionalização e a internacionalização como estratégia

A internacionalização pode ser definida amplamente como um processo crescente e continuado de envolvimento de uma empresa nas operações com outros países fora de sua base de origem. Apesar de definir-se como processo, não deve necessariamente ter características evolutivas (BRASIL; GOULART; ARRUDA, 1994). A internacionalização é considerada como um processo seqüencial e ordenado de aumento do envolvimento internacional associado a mudanças nas formas organizacionais (eg. JOHANSON; VAHLNE, 1977; REID, 1981). Apesar de não existir um acordo geral sobre o conceito, as definições apresentam em comum a palavra “processo”, que pode se referir às ações, reações e interações das várias partes envolvidas ao moverem-se de um estágio para o outro (PETTIGREW, 1987), preocupando-se em termos de questionamentos, com o “como”, “quem” e “quando” (DE WIT; MEYER, 2004) da passagem de uma empresa local para internacional, multidoméstica, transnacional ou global (BARTLETT; GHOSHAL, 1988).

De forma histórica, a internacionalização dos negócios e da própria sociedade nasceu nas mais antigas civilizações, na troca de matérias-primas, produtos acabados ou semi-

acabados, serviços, dinheiro, idéias e pessoas. A partir do século XVI, este padrão foi definido pelas trocas internacionais entre os países europeus e as suas ramificações, principalmente no envio de recursos explorados, como, por exemplo, pela Companhia das Índias Orientais (SCHWARTZ, 2000). No final do século XIX e início do século XX, surgiu a atividade transnacional, envolvendo a criação de plantas industriais de uma empresa em outros países por meio de subsidiárias diretas, aquisições ou formas de cooperação (CLEGG, 2003).

Os paradigmas dominantes em internacionalização afirmam que apesar de as empresas passarem a defrontar-se com problemas novos, diferentes do seu próprio mercado, tendem a se beneficiar substancialmente da expansão global. Diante dessas tendências, os administradores, em empresas específicas, tomam decisões que resultam em maiores fluxos internacionais de capital, bens e/ou conhecimento (GOVINDARAJAN; GUPTA, 2001), envolvendo a decisão sobre produtos, mercados, modo de entrada e velocidade da expansão. À ótica hegemônica, tudo isso devido à imperiosa adoção de uma estratégia global em oposição à estratégia puramente doméstica (PORTER, 1999), visando ao benefício da expansão internacional e evitando as ameaças de focar apenas no mercado local, que vem sendo igualmente ocupado por concorrentes internacionais.

O Brasil apresenta uma situação peculiar quando comparado aos países em desenvolvimento. O tamanho do mercado nacional levou as empresas a terem de enfrentar uma “tendência inercial muito forte” e a não se preocuparem com uma “atuação internacional sustentada”, e, sobretudo, planejada (CINTRA; MOURÃO, 2007). As poucas multinacionais brasileiras são ainda a exceção. Este tímido grau de internacionalização deve-se aos seguintes fatores (GOULART; ARRUDA; BRASIL, 1996): (i) o modelo de desenvolvimento econômico brasileiro fundamentado na substituição das importações em vigor até os anos 90 (tal prática acarretou na perda de dinamismo na produtividade e dos avanços tecnológicos dos setores industrial e agrícola); (ii) o grande mercado interno; (iii) as dificuldades provenientes da excessiva carga tributária, o custo Brasil e a política cambial.

Como prática legitimada, a internacionalização é “a maior dimensão do processo contínuo de estratégia em grande parte das empresas”, determinando o desenvolvimento corrente e as mudanças em termos de escopo, idéias de negócios, orientação das ações, organização de princípios, natureza do trabalho gerencial, dominação de valores e convergência de normas (MELIN, 1992 p.333). A internacionalização para as empresas é um processo estratégico delicado e composto de muitas barreiras, mas trata-se de uma decisão importante para a solidificação das corporações que desejam sobreviver no mercado sem fronteiras (ANSOFF, 1991). Esta é a lógica dominante e imperativa. Ademais, o processo de internacionalização é resultado da mistura de pensamento estratégico, ação estratégica, desenvolvimentos emergentes, acaso e necessidade (JOHANSON; VAHLNE, 1990). Evidências demonstram que as empresas utilizam diversas abordagens ao desenvolverem as suas estratégias de exportação, em um *continuum* entre o planejamento formal e respostas ao mercado (CRICK; SPENSE, 2005), em consonância com o ambiente institucional.

À esta ótica, diferenças culturais e distâncias geográficas não mais constituiriam barreiras para os negócios e para a entrada em muitos mercados. Ditam os tradicionalistas que nos países emergentes, os ambientes protecionistas, em conjunto com a presença de empresas estatais, levaram a uma baixa competição e, conseqüentemente, à exigência reprimida de demanda por diversos tipos de produtos (GILLESPIE; ALDEN, 1989), o que oferece oportunidades significativas para produtos estrangeiros, uma vez liberalizados estes mercados (AULAKH; KOTABE; TEEGEN, 2000). O comércio e as políticas de liberalização do mercado ao redor do mundo, nas duas últimas décadas, ampliaram as oportunidades de novos mercados, investimento e fontes de suprimento das empresas multinacionais. A crescente

abertura das fronteiras nacionais para o comércio internacional e investimento se traduziu em maiores níveis de competitividade, pressionando as empresas domésticas a competirem com as empresas internacionais (CONDO, 2000; WELCH; LUOSTARINEN, 1988). Todavia, ressalta-se que poucas são as empresas de países em desenvolvimento que têm subsidiárias de produção no cenário internacional. As escassas multinacionais de países em desenvolvimento que concorrem no cenário internacional têm como principais vantagens competitivas as comparativas, que não dependem de vantagens específicas da empresa ou da atividade, e sim da sua localização. Diante do reconhecimento de que o paradigma que governa a competição entre localidades se transfere da vantagem comparativa para a noção mais ampla de vantagem competitiva (PORTER, 1989, 1999), as empresas dos países emergentes, para se tornarem competidoras fortes globais, precisam desenvolver novas estratégias, ampliando as suas fontes de vantagem competitiva, implementando uma estratégia internacional em busca de novas oportunidades potenciais.

Em consonância com os construtos apregoados pela teoria institucional e considerando a prática legitimada no campo da estratégia das firmas, muitas vezes a internacionalização não é uma escolha voluntária, mas pode ser a alternativa única para firmas que competem de forma globalizada e enfrentam transformações no âmbito tecnológico e produtivo. No Brasil, um significativo grupo de empresas se limita a atuar no mercado internacional quando um comprador internacional os procura, ou seja, ao invés de vender, são “compradas” (CINTRA; MOURÃO, 2007). Em países em desenvolvimento, as ações governamentais de fomento à exportação, tais como instituições de promoção e incentivos fiscais são elementos motivadores importantes no processo de internacionalização (KUADA; SORENSEN, 2000). Os pressupostos basilares das principais teorias de internacionalização são discutidos a seguir.

2.2 Teorias de Internacionalização: abordagens econômicas e a nação como conceito-chave

As teorias de internacionalização foram desenvolvidas com diferentes perspectivas, as quais podem ser agrupadas em: (i) abordagens com base na evolução comportamental; (ii) abordagens critérios econômicos (ANDERSEN; BUVIK, 2002; RÄISÄNEN, 2003). As teorias comportamentais apresentam-se como alternativas substitutivas ou complementares à orientação econômica. Fortemente inspirados nos postulados de Edith Penrose (1962), a teoria de Uppsala apregoa a importância do aprendizado incremental e do comportamento adaptativo ao longo do processo de internacionalização (JOHANSON; VAHLNE, 1977). Adicionalmente e tendo como referência este modelo, a inserção internacional dá-se em termos de adoção da inovação de forma incremental (ANDERSEN 1997). Cita-se ainda a significativa contribuição de Dhanaraj e Beamish (2003) e Sharma e Erramilli (2004) na transposição dos conceitos da RBV para os processos de internacionalização das firmas, sendo essa uma proeminente corrente na literatura da administração estratégica.

Considerando o objetivo deste ensaio, são dedicados esforços no sentido de esmiuçar inicialmente as facetas de três teorias em específico, as quais têm na nação de origem da firma sua variável mais significativa. De natureza econômica, são elas: (i) O ciclo de vida do produto, desenvolvida por Raymond Vernon (1966, 1979); e (ii) Os determinantes da Vantagem Competitiva Nacional (ou o Modelo Diamante), por Michael E. Porter (1989); e (iii) O Paradigma Eclético de Internalização (DUNNING, 1988), o qual, em conjunto com os demais, estimulará o debate na próxima seção.

De acordo com o modelo que apregoa a extensão do ciclo de vida do produto em operações internacionais (VERNON, 1966, 1979), em geral, uma empresa descobre uma inovação no mercado de seu país de origem, especialmente em economias avançadas, e

desenvolve, posteriormente, demanda em outros países. Na fase de inovação, onde o mercado para o produto é ainda restrito e incerto e a tecnologia de produção é ainda desconhecida, a empresa apenas dedicaria esforços para o atendimento do público doméstico e de classe alta para absorver os custos associados à produção. Na fase de crescimento, teria início a introdução de equipamentos especializados, o conseqüente aumento do volume de produção e uma maior disseminação entre a classe média da demanda doméstica. Além disso, começariam a acontecer exportações pontuais para aqueles países com características de consumo similares para aquele produto. Na fase de maturidade, ocorre a padronização e produção em massa, e os países importadores despertariam para a possibilidade de erguer tarifas e outras barreiras para encorajar as empresas locais a iniciarem a produção dos itens. Durante a fase de estagnação, a produção é transferida, de forma paulatina, para outros países. Os produtores originais e os novos produtores buscariam trabalho a menor custo, dispersando a produção para países em desenvolvimento politicamente estáveis. Em síntese, considerando a época, as inovações são descobertas e desenvolvidas nos países desenvolvidos, estendendo-se aos demais a partir do acompanhamento do ciclo de vida do produto.

O Modelo Diamante, proposto por Michael E. Porter (1989) vem sendo discutido e corroborado por diversos autores (RUGMAN; VERBEKE, 1993; ESPANA, 2004), apesar de que o raciocínio da competitividade regional e atributos nacionais como origem do sucesso internacional das empresas não ter sido empiricamente observado em todos os determinantes do modelo, especialmente quando os estudos eram dirigidos às economias emergentes e indústrias menos sofisticadas (FROTA, 2005; OLIVEIRA, 2007). O pilar deste *framework* teórico-empírico é a conscientização de um paradigma que trate de características nacionais como estimulantes da vantagem competitiva internacional das indústrias. A proposta de Porter (1989, p. 19) serve, portanto, para “buscar características decisivas de uma nação que permitem às suas empresas criar e manter a vantagem competitiva em determinados campos, isto é, a vantagem competitiva das nações”.

Deste modo, o autor apresenta os determinantes da vantagem competitiva nacional, componentes do denominado modelo Diamante (PORTER, 1989, p. 88). A aplicação do modelo Diamante permite identificar as razões pelas quais determinadas áreas geográficas se especializam e se sobressaem na competição internacional, explicando o que leva um país a estabelecer vantagem competitiva. Referem-se aos vértices do modelo: 1) condições dos fatores; 2) condições da demanda; 3) indústrias correlatas e de apoio; e 4) estratégia, estrutura e rivalidade.

As condições dos fatores, em acordo com as clássicas teorias econômicas, referem-se aos fatores de produção, como mão-de-obra, território, recursos naturais, capital e infraestrutura, necessários à competição. No entanto, cabe às indústrias localizar a fonte de vantagem competitiva não nestes fatores básicos, mas nos avançados, onde o país não herda, mas gera nos setores sofisticados, como recursos humanos qualificados ou base tecnológica científica (PORTER, 1989). A composição e a natureza da demanda interna exercem um efeito desproporcionalmente elevado sobre como as empresas percebem, interpretam e respondem às necessidades dos compradores (PORTER, 1999). Na medida em que os compradores exigentes pressionam para inovar e conquistar vantagens competitivas mais sofisticadas do que os rivais externos, este determinante é capaz de forçar as empresas a responderem aos desafios internacionais (PORTER, 1989b; 1999).

Em relação às indústrias correlatas e de apoio, tem-se o conceito da cadeia de valor das organizações (PORTER, 1989). A presença de fornecedores internos dotados de competitividade internacional, que criam e entregam insumos com maior eficácia de custo e eficiência afeta o desempenho da empresa focal. O determinante referente à estratégia,

estrutura e rivalidade das empresas denota as circunstâncias nacionais e influência ambiental nas práticas gerenciais, metas e políticas organizacionais, bem como a natureza da competição interna. A presença de rivais locais fortes constitui requisito fundamental para a criação da vantagem competitiva por estimularem continuamente menores custos, a melhoria da qualidade dos serviços e processos e demais formas de diferenciação. Ainda, estimula a especialização de fatores de produção e fornecedores de excelência e auxilia no progresso da demanda interna. (PORTER, 1999). Portanto, os determinantes devem então ser encarados como um sistema de reforço mútuo, onde o impacto de um ponto em geral depende do estado dos demais. Adicionalmente governo exerce influência nos quatro determinantes, por meio da criação de fatores especializados, encorajamento das mudanças na indústria, promoção da rivalidade interna, aplicação de normas sobre produtos, segurança e meio ambiente, além da regulamentação da concorrência e da promoção de objetivos que conduzam a investimentos sustentáveis (PORTER, 1989, 1999).

Na abordagem eclética da produção internacional, a base determinante para o sucesso das empresas são os custos de transação e de informação, o oportunismo dos agentes e as especificidades dos ativos (DUNNING, 1980, 1988). Por esta razão, trata-se de um modelo multiteórico, orientado para produção, onde as escolhas de modos de entrada são baseadas nas teorias dos negócios internacionais, *Resource-Based View* (RBV) e de custos de transação. O paradigma eclético se propõe a explicar a amplitude, forma e padrão da produção internacional, sob três grupos de vantagens, quais sejam (BARRETO, 2002, p. 44-49: 1) Propriedade, podendo ser esta vantagem de natureza estrutural e de acesso privilegiado a um ativo específico ou transacional, a exemplo da possibilidade da empresa tirar proveito das imperfeições dos mercados e da administração de ativos localizados em diferentes países; 2) Internalização, referente à capacidade e intenção da empresa em transferir ativos por entre as fronteiras nacionais; e 3) Locacional, definindo onde se daria a produção, a partir de variáveis como intervenção governamental, arbitragem financeira e administração do risco cambial. As críticas ao paradigma recaem sobre a sua forte orientação para a produção, em detrimento da orientação para o mercado (JOHANSON; VAHLNE, 1997), sua natureza estática e seu maior poder explanatório ser voltado para empresas de grande porte e alto comprometimento com a atividade internacional.

Percebe-se, em alguns estudos sobre casos de países em desenvolvimento, a influência de agente externo como impulsionador da internacionalização das empresas de países emergentes, o posicionamento reativo de Piercy (1981) e a presença da estratégia reativa de Miles et al. (1978). Empiricamente, observa-se a influência: 1) do Governo por meio de projetos setoriais ou agências de promoção à exportação; 2) da concorrência, que ao se internacionalizar desperta este novo mercado para os demais competidores da indústria; e 3) de amigos com redes de relacionamento estabelecidas no exterior, que incentivam e ajudam no processo de internacionalização, dentre outros (eg. KUADA; SORENSEN, 2000; KOVACS, 2009).

Neste ensaio, até o momento, buscou-se construir o conceito legitimado de internacionalização como extensão da estratégia das firmas, sendo naturalmente ambas imbuídas da lógica hegemônica funcionalista liberal e orientadas pelos preceitos decorrentes da ciência moderna. A seguir, apresentam-se ensaios de inquietações acerca dessa abordagem, as quais são fundamentadas em lentes alternativas à essa lógica hegemônica.

3 O Outro Lado: ensaios, inquietações e a dialética da dependência

Os estudos em estratégia e internacionalização, da forma como conduzidos, parecem admitir um ambiente institucional (MACHADO-DA-SILVA *et al.*, 2000) o qual desconsidera

diferenças entre nações, em termos econômicos, políticos e socioculturais. Para as pesquisas no Brasil, demais países emergentes e na América Latina, por exemplo, o uso de teorias “importadas” é disseminado. Esta seção apresenta ensaios de inquietações e questionamentos acerca de uma possível perspectiva para internacionalização ao largo da lógica hegemônica dominante. Tal perspectiva bebe essencialmente em fontes macroeconômicas em detrimento da ótica gerencial discutida anteriormente.

Com efeito, a demanda externa de uma quantidade restrita de produtos destinados à exportação demarca os limites da produção nacional, impedindo de certa forma que o país produza os bens que culminariam em um crescimento econômico mais significativo (RODRIK, 2010). Não obstante uma inserção bem sucedida no comércio internacional constitui uma condição fundamental para o crescimento econômico das nações (ver: PORTER, 1989), existem claras divergências quanto à natureza social e histórica e às características estruturais das economias participantes (MARINI, 1991). Com base nos conceitos preconizados por David Ricardo e sua teoria das vantagens comparativas, o livre comércio, cujo alicerce consiste em uma exploração adequada dos fatores de produção existentes ou não em quantidade, agiria de forma eficaz no intuito de aproximar os níveis de desenvolvimento dos países envolvidos (BADO, 2004).

No âmbito das teorias sobre subdesenvolvimento e desenvolvimento econômico, a inovação como fator explicativo dos diferentes graus de desenvolvimento entre países (ver: VERNON, 1966, PORTER, 1989) foi fortemente orientada pela idéia de acesso à tecnologia, sendo estas concebidas nos países desenvolvidos, com soluções decorrentes para as implicações no nível de emprego e capacitação tecnológica nos países para os quais a tecnologia original se transfere (GUIMARÃES, 1997). Decorre que a troca internacional de fatores abundantes por fatores escassos resultaria na satisfação das necessidades em termos de importação e exportação de cada nação, diminuindo o preço dos fatores de produção de um país a outro e contribuindo, por conseguinte, com o crescimento e desenvolvimento econômico dos países inseridos de forma menos favorável no comércio internacional. É axioma da lógica liberalista que cada país deve imperativamente especializar-se.

Tais conceitos foram refutados por diversos economistas voltados para o contexto dos países latinoamericanos, sobretudo pela corrente cujo nascimento foi determinado pela criação da Comissão Econômica Para a América Latina e o Caribe (CEPAL), em 1948 (ver: CEPAL, 2010). Raúl Prebisch, primeiro diretor da CEPAL e considerado o pai do estruturalismo, argumentou que, contrariamente aos preceitos defendidos pelos neoclássicos, o emprego de tais práticas aumentaria consideravelmente a distância entre os países de economia frágil e os países industrializados. De fato, as economias desenvolvidas produzem essencialmente bens manufaturados, cujo preço é elevado devido às pressões salariais exercidas pelos sindicatos e pela alta produtividade do país produtor, o que aumenta o preço das exportações (SUZIGAN; FURTADO, 2010).

Quanto aos países em desenvolvimento, estes produzem em suma bens primários, fator que dificulta a negociação favorável dos preços durante a exportação; a procura por bens primários revela-se inferior à demanda dos bens manufaturados, cuja elasticidade rendimento torna-se efetivamente mais significativa (GUIMARÃES, 2005). Inspirado em Marx, é apregoada a crítica epistemológica e social e a promoção de uma verdade temporal e histórica (ver: VIEIRA; CALDAS, 2006 e a Teoria Crítica). Conforme destacado na seção anterior, os países desenvolvidos constituem o centro, com estruturas de produção homogêneas e diversificadas, e os países em desenvolvimento representam a periferia, heterogênea e especializada (BERTHOMIEU; EHRHART, 2004). Estes parecem concentrar-se na exportação de um número cerceado de bens primários, além de ser dotada de um profundo

desequilíbrio entre o setor industrial razoavelmente produtivo e um setor agrícola pouco performante. Haja vista o Brasil: reconhecidamente um país competitivo no mercado internacional por meio de produtos provenientes do agronegócio, segundo dados do MDIC (2009). Dos US\$ 152,9 bilhões exportados em 2009, 40,5% derivaram deste setor. Ademais, o aumento da produtividade, mesmo nos produtos industrializados, cria mais produtos, mas não necessariamente mais valor (MARINI, 1991).

A desconformidade entre as estruturas de produção dos países do centro e da periferia devem-se a dificuldades de origem estrutural das quais podem ser destacadas uma inserção desfavorável no comércio internacional, uma distribuição desigual de renda e de riquezas e um atraso tecnológico flagrante, assim como aspectos sociais de papel determinante: o nível de educação da população dos países periféricos e relativamente baixo e a organização sindical é pouco eficaz (BERTHOMIEU; EHRHART, 2004). Os autores fazem uso da doutrina de Prebisch, na confecção de seus argumentos. Seria contraditório a América Latina “crescer” nos mesmos moldes das economias desenvolvidas (MARINI, 1991). Possivelmente, a aplicação de uma estratégia protecionista, à ótica estruturalista permitiria o desenvolvimento do mercado interno, o aumento das capacidades no campo tecnológico da produção agrícola e industrial (BADO, 2004). Como consequência, uma melhor inserção no comércio externo, uma vez consolidadas as bases estruturais e econômicas necessárias às economias em desenvolvimento ao mercado internacional. Para Furtado (2002) a destacada internacionalização tardia de países em desenvolvimento, como o Brasil, é sobremaneira diferente daquela ocorrida com os países desenvolvidos, cuja inovação e difusão do capital deram-se a fim de atender as próprias necessidades. Alerta o autor que, ao reproduzirem os padrões de consumo norte-americanos, por exemplo, reproduzem sua ideologia. Estende-se aos pesquisadores nacionais, em gestão estratégica, os quais insistem em observar os fenômenos em internacionalização no Brasil partir de uma tentativa de mimetizá-los aos demais países desenvolvidos.

Todavia, as orientações macroeconômicas brasileiras têm em Celso Furtado (1976; 2002) seu representante mais significativo. O autor questionou fortemente a condição dependente das nações periféricas em relação a hegemonia dos países industrializados. A dependência surge de um complexo jogo de interesses, conflitos e acordos entre classes, do qual resultam processos de desenvolvimento (SINGER, 1998). Marini (1991) comenta que por sua estrutura, não poderiam nunca as economias em desenvolvimento apresentar o mesmo curso das avançadas. A teoria da dependência defendia inicialmente que somente uma ruptura total com os mercados da supremacia industrializada poderia romper o ciclo de subordinação que condenava os países subdesenvolvidos (latinoamericanos, africanos e asiáticos) à perpetuação da condição periférica (SANTOS, 2006). Ademais, discutida sua dialética por Ruy Marini (1992), a teoria defende que o estado de subdesenvolvimento que caracteriza as estruturas econômicas dos países da periferia são uma consequência direta da herança socio-histórica da colonização dos Estados europeus.

Vale ressaltar, contudo, que esta teoria apresentou falhas patentes no tocante à realidade brasileira: o forte crescimento da região nos anos 70, acompanhado de melhorias socioculturais provaram que o Brasil não estava condenado à estagnação prevista por Furtado na década de 60 (BIELSCHOWSKY, 2010). Não obstante, destaca-se a contribuição inestimável dos estudos realizados pelo autor, especialmente no tocante à importância substancial do papel que o Estado pode desempenhar em termos de crescimento e desenvolvimento. Neste tocante, há consonância com a proposta de Porter (1989), o qual afirma que entre os papéis mais tradicionais do governo estão a criação e aperfeiçoamento de fatores, sejam eles recursos humanos habilitados, conhecimentos científicos básicos,

informações econômicas ou infra-estrutura, que são proporcionados por meio de investimento em educação e treinamento, ciência e tecnologia, infra-estrutura, subsídio direto e disponibilidade de capital. Ocorre que para Porter (1989), o papel do Estado não é o de protagonista.

Indubitavelmente, uma agenda inspirada em Celso Furtado para a pesquisa das tendências e perspectivas atuais na América Latina seria ampla e necessária, e confirmaria a vigência e importância de suas contribuições (BIELSCHOWSKY, 2010). Na referida e imperiosa globalização, os estados são interdependentes; todavia, tal interdependência e competição entre empresas nacionais, não necessariamente deve agir no sentido de enfraquecer as economias do país (FURTADO, 2002). Contrariando o que dizem as teorias liberais (eg.: VERNON, 1966; PORTER, 1989, DUNNING, 1988), a economia exportadora é algo maior que o produto de uma economia internacional fundamentada na especialização produtiva; é uma formação social baseada no modo capitalista que acentua até o limite as contradições que lhe são próprias (MARINI, 1991). A questão, e talvez uma das inquietações deixadas neste ensaio, é que as firmas ouvem a mensagem das teorias de internacionalização discutidas à lógica hegemônica; estas vinculam a estratégia à reprodução dos modelos praticados nas economias desenvolvidas, cujo foco no imediatismo e a competição acirrada e voraz cotidiana impedem sua visão macroeconômica e suas conseqüências no longo prazo.

4 Reflexões finais: inserção do Brasil no contexto internacional, propostas e agenda

Diante do que foi exposto a respeito das teorizações preconizadas pelas correntes estruturalistas, as quais descansam, sobretudo nos trabalhos conduzidos pela CEPAL, cabe ressaltar a importância do papel das instituições no desenvolvimento econômico das nações. As propostas a seguir defendem que há uma real possibilidade de concerto entre intervenções públicas e crescimento empresarial. Ainda que este princípio não seja aqui apresentado de maneira exaustiva, o sucesso da estratégia de internacionalização empresarial está intrinsecamente relacionado ao Investimento Estrangeiro Direto (FDI), fluxos financeiros que permitirão a acomodação de unidades de produção e de representantes comerciais. De acordo com Furtado (1999), o grau de abertura do comércio brasileiro, até os anos 1990, era relativamente reduzido: as medidas protecionistas do mercado era vantajosa para empresas nacionais e estrangeiras. Contudo, as premissas neoliberais reverteram radicalmente este quadro (SIROEN, 2002). “A possibilidade de se partilhar o processo produtivo levou a produção a se “desverticalizar”, com as diversas etapas produtivas sendo distribuídas em lugares diferentes. [...] Assim, as empresas, por meio dos diversos arranjos, podiam se beneficiar das vantagens comparativas apresentadas por cada país” (IPEA, 2010, p. 371).

Todavia, contrário à proposta Porteriana, o aspecto desigual da partilha do processo produtivo é irrefutável: se o fluxo de partes e componentes dos produtos assim como os fluxos financeiros aumentaram, o aproveitamento de possíveis benefícios dependerá da posição hierárquica da produção nacional em termos de valor adicionado (MEDEIROS, 1998). Parece que no Brasil, tais investimentos vem tornando possível o financiamento das diversas fases de industrialização do Brasil desde os anos 50 (IPEA, 2010), mas sua natureza instável exige medidas alternativas a fim de limitar a dependência econômica do país das especulações financeiras internacionais. Para Guedes (2006), a inserção internacional do Brasil permanece refém das estratégias mercadológicas de subsidiárias de empresas transnacionais; da exportação de produtos primários sujeitos ao protecionismo dos EUA e da União Européia (UE) e da deficiente capacidade exportadora das empresas brasileiras.

Este ensaio sugere que o Brasil repense a sua inserção no comércio estrangeiro, ainda que o discurso proferido pelas empresas multinacionais e instituições governamentais defenda

plenamente a diminuição das barreiras alfandegárias, concorrendo deste modo ao comércio cada vez mais globalizado. A hegemonia norte-americana promove a integração regional com o intuito de consolidar medidas ultra-liberais. Contudo, os Estados Unidos persistem em seu caráter protecionista. Como exemplo, tem-se o discurso proferido pela Presidenta Eleita, Dilma Rousseff (ver: ESTADÃO, 2011) ao presidente dos Estados Unidos, Barack Obama durante sua visita ao Brasil, refletem a hesitação dos Estados Unidos no tocante a reduzir as próprias barreiras tarifárias.

Ademais, os subsídios agrícolas americanos retiram toda e qualquer possibilidade de *Fair Trade* no livre-comércio entre Estados-Unidos e países em desenvolvimento (ver: WADE; RAMOS; NEVES, 2001). Do mesmo modo, se o livre-comércio visa o bem-estar coletivo da nação, os teóricos neoclássicos já reconhecem que alguns atores sociais correm riscos consideráveis de verem sua situação econômica se agravar: em 1960, cada brasileiro ganhava, em média, 17% da renda média de um habitante de um país industrializado. Em 50 anos, a média caiu para 15%, segundo dados do Banco Mundial. Com uma aplicação “inversa” aos postulados de Vernon (1962), defendemos que, com o propósito de reforçar a estratégia de internacionalização das empresas brasileiras, faz-se necessário promover a inovação tecnológica no país. Estaríamos mais próximos de uma situação de desenvolvimento social e econômico das localidades e das nações.

Considerando a produção acadêmica, o paradigma de publicação na área de administração estratégica parece ser o positivista, de acordo com os resultados das observações, em consonância com a opinião de Barreto (1998) e Dalmoro *et al.* (2007). Nessa perspectiva demonstra-se que o conhecimento obtido pelas pesquisas científicas ajuda a fundamentar o conhecimento-regulação (SANTOS, 2000) e promovem o que se caracteriza como ordem para uma linha de pensamento hegemônica e dominante. Aparenta ainda haver uma procura por replicações de abordagens teóricas tidas como universais e pouca busca por rupturas. Foi discutido ao longo do ensaio que, em decorrência, a internacionalização parece ser o caminho óbvio da estratégia, e da forma como vem sendo conduzida, existe uma excessiva especialização por parte da empresa, visualizada em varias teorias. Há de se mencionar, todavia, os recentes esforços de Whittington (1996) ao enfatizar a vertente social da estratégia como prática e a práxis como elemento essencial para o êxito do estrategista. Quiçá estas propostas façam frente, igualmente, nos estudos em internacionalização.

Destaca-se que este ensaio não intenciona assumir a “defesa” de qualquer quadro de referência epistemológico, seja voltado ao positivismo hegemônico ou à prática emancipadora e regionalista. As discussões apenas convidam a maiores ponderações acerca dos processos de pesquisa e internacionalização das firmas. Caberiam neste ensaio reflexões mais profundas sobre as correntes: (i) liberalista e neoliberalista; e (ii) estruturalista e neo-estruturalista. Entretanto, a discussão praxiológica desenvolvida ao longo do texto trata-se do esforço inicial em adentrar terrenos outros que não aqueles cerceados unicamente pela lógica hegemônica funcionalista que permeia os estudos em estratégia das firmas. A “convicção de que o capitalismo não é uma fatalidade, mas uma construção histórica e humana e que, portanto, não é natural, nem eterno” (MISOCZKY; AMANTINO-DE-ANDRADE, 2005, p. 193-194) parece fazer com que o campo da internacionalização clame por uma ontologia própria vinculada ao meio, específica e não supostamente universal. Vale registrar que de modo geral, as investigações no Brasil apresentam esforços para adequação das principais abordagens teóricas sobre internacionalização “importadas” para o entendimento de empresas de economias emergentes.

Constata-se que os acadêmicos brasileiros no campo envidam esforços muito mais no sentido de reproduzir conhecimento ao invés de produzi-lo, como andassem em círculos. A

produção vem sendo alimentada de modo muito mais conservador que emancipatório, em dissonância com o clamor de Misozcky e Amantino-de-Andrade (2005).

As reflexões engendradas consistem em um esforço em nossa tomada de consciência, a partir de uma formação pautada pela hegemonia funcionalista como modo de gestão das organizações nacionais e internacionais. Este não é um ensaio neutro. Sabe-se o quão as reflexões apresentadas simbolizam os estágios preliminares da imperiosa discussão crítica sobre os estudos de estratégia e internacionalização, carecendo de maior profundidade para elaboração de possíveis proposições mais concretas.

Referências

- AMARAL-FILHO, R. G.; MACHADO-DA-SILVA, C. L. Estratégia e Teoria Institucional: uma proposta discursiva de integração. In: XX EnANPAD. Anais. Rio de Janeiro: ANPAD.
- ANDERSEN, O. Internationalization and market entry mode: a review of theories and conceptual frameworks. *Management International Review*, vol.37, 2 p. 27-42, 1997.
- ANSOFF, H. I. *A nova estratégia empresarial*, Editora Atlas, São Paulo, 1991
- AULAKH, Preet S., KOTABE, Masaaki; TEEGEN, Hildy. Export Strategies and Performance of Firms from Emerging Economies: evidence from Brazil, Chile and Mexico. *Academy of Management Journal*, Jun.2000, 43, 3.
- BADO, Á. L. *Das vantagens comparativas à construção das vantagens competitivas: uma resenha das teorias que explicam o comércio internacional*. Revista de economia e relações internacionais. v. 3, n. 5, jul. 2004, p. 05-20.
- BARNEY, J. *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. New Jersey: Prentice Hall, 2002.
- BARRETO, T. V. *Positivismo, positivimos: da tradição francesa ao positivismo industrial*. Estudos de Sociologia. v. 4, n. 2, jul./dez., 1998, p.7-31.
- BARTLETT, C. A.; GHOSHAL, S. Managing across Borders: New Strategic Requirements. *Sloan Management Review*, v. 28, n. 4, p. 7-17, Summer 1987.
- BARRETTO, A.. “A Internalização da Firma sob o Enfoque dos Custos de Transação” In: ROCHA, Â. *A Internacionalização das Empresas Brasileiras: Estudos de Gestão Internacional* 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2002.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 13. ed. Petropolis: Vozes, 1996. 247p.
- BERTHOMIEU C., EHRHART C. Le néostructuralisme comme dépassement du paradigme structuraliste en économie du développement, *Travaux de recherche du CEMAFI*, n. 16, 2004.
- BIELSHOWSKY, R. Vigência das contribuições de Celso Furtado ao Estruturalismo. In: CEPAL. Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe. *Revista CEPAL*. jun. 2010.
- BRASIL, Haroldo V.; GOULART, Linda, ARRUDA, Carlos A. *A Internacionalização de empresas brasileiras: motivações e alternativas*. In: XVIII ENCONTRO ANUAL DA ANPAD. Anais. Curitiba: ANPAD, v.8. 1994.
- CARVALHO, C. A.; AMANTINO-DE-ANDRADE, J.; MARIZ, L. A. C. . Mudança na Teoria Institucional. In: EnANPAD, 2005. *Anais*. Rio de Janeiro: ANPAD, 2005.
- CARVALHO, C. A.; VIEIRA, M. M. F.; GOULART, S. A trajetória conservadora da teoria institucional. *Revista de Administração Pública (RAP)*, v.39, n.4, p.849-874, 2005.
- CEPAL. Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe. *Revista CEPAL*. jun. 2010.
- CLEGG, Stewart. *Organizações Modernas*. Celta: Oeiras, Portugal, 1998. cap 1, p. 1 – 28.
- CLEGG, Stewart Theorizing “globalization” sociologically for management. *Gestão.Org*, v.1, n.1, jan./jun. 2003.

- CHANDLER Jr, Alfred D. Introdução à *Strategy e Structure*. In: *Ensaio para uma Teoria Histórica da Grande Empresa*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.
- CHILD, J.; RODRIGUES, S.. The Internationalization of Chinese Firms: A Need for Theoretical Elaboration. In: XXIX ENANPAD . *Anais*. Brasília: ANPAD, 2005.
- CINTRA, Rodrigo, MOURÃO, Bárbara. Perspectivas e estratégias na internacionalização de empresas brasileiras. *Revista Autor*. Homepage. Disponível em <www.revistaautor.com.br>.
- CONDO, Arturo. *Internationalization of firms based in developing economies*. D.B.A., Harvard University, 2000.
- CRICK, D., SPENSE, M. The internationalisation of 'high performing' UK high-tech SMEs: a study of planned and unplanned strategies. *International Business Review*, v.14 Issue 2, 2005.
- DEBLOCK, C. Le libre-échange et les accords de commerce dans la politique commerciale des États-Unis. *Cahiers de Recherche – CEIM*, mar/2004.
- DE WIT, Bob de, MEYER, Ron. *Strategy: Process, Content, Context – an international perspective*. 3 ed. Londres: Editora Thomson, 2004.
- DHANARAJ, Charles; BEAMISH, Paul W. A Resource-based Approach to the Study of Export Performance. *Journal of Small Business Management*, v. 41, n. 3, p. 242-261, 2003.
- DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, v. 48, p. 147-160, 1983.
- DONALDSON, Lex. Position statement for positivism. In: WESTWOOD, Robert; CLEGG, Stewart. *Debating organization: point-counterpoint in organization studies*. Oxford: Blackwell, 2003, p. 116 – 127.
- DUNNING, J.H. The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. *Journal of International Business Studies*, vol.19, n. 1 p. 1-31, 1988.
- EMIRBAYER, Mustafa; GOODWIN, Jeff. Network analysis, culture and the problem of agency. *The American Journal of Sociology*, v. 99, 1994, p. 1411 – 1454.
- ESTADÃO. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,leia-a-integra-do-discurso-de-dilma-a-obama,694280,0.htm>>. Capturado em: 28.abr.2011.
- FACHIN, Roberto C.; MENDONÇA, J. Ricardo C. de. Selznick: uma visão da vida e da obra dos percursos da perspectiva institucional na teoria organizacional. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; CARVALHO, Cristina Amélia (Orgs.). *Organizações, instituições e poder no Brasil*. Rio de Janeiro, FGV Editora, 2003.
- FOERSTER, H. Visão e conhecimento: disfunções de segunda ordem. In: SCHNITMAN, D. F. (org.) *Novos paradigmas, cultura e subjetividade*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.
- FROTA, I. L. N. *Análise dos determinantes da vantagem competitiva da carcinicultura nordestina*. 2005. 111f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.
- FURTADO, C. *A economia latino-americana: formação histórica e problemas*. São Paulo: Ed. Nacional, 1976.
- FURTADO, C. *O capitalismo global*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- FURTADO, C. *Em Busca de Novo Modelo*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- GIDDENS, A. *A Constituição da Sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 1989.
- GOULART, Linda, ARRUDA, Carlos A., BRASIL, Haroldo V. A Evolução na Dinâmica de Internacionalização. *Revista Brasileira de Comércio Exterior*, Rio de Janeiro, n. 41, p. 31-40, Out/Nov/Dez, 1994
- GOVINDARAJAN, Vijay, GUPTA, Anil K. Fixando uma direção no novo ambiente global. In: FINANTIAL TIMES. *Dominando os Mercados Globais*. 1.ed. São Paulo: Editora Makron, 2001.

- GUEDES, A.L. Internacionalização de empresas como política de desenvolvimento: uma abordagem de diplomacia triangular. *RAP*, p. 335-356, Mai/Jun 2006.
- GUIMARÃES, E. P. Evolução das Teorias de Comércio Internacional. *Estudos em Comércio Exterior*, v. 1, n. 2, jan/jul, 1997.
- GUIMARÃES, M. H. *Economia Política do Comércio Internacional: teorias e ilustrações*. Lisboa: Principia, 2005.
- IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Impacto do investimento estrangeiro direto sobre renda, emprego, finanças públicas e balanço de pagamentos. *Inserção Internacional Brasileira: temas de economia internacional*, livro 3, v. 2, p. 203-256, 2010.
- JEPPELSON, R. L. Institutions, Institutional Effects, and Institutionalism. In Walter W. Powell and Paul J. DiMaggio (Ed.). *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago, The University of Chicago Press, 1991.
- JOHANSON, J.; VAHLNE, Jan-Erik. The internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing foreign markets commitments. *Journal of International Business Studies*, Spring, p. 23-32, 1977.
- KATSIKEAS, Constantine S. Ongoing export motivation: differences between regular and sporadic exporters. *International Marketing Review*, 1996, 13, 2 p.4.
- KOVACS, E.; OLIVEIRA, Brigitte R., MORAES, Walter A. F. Pinga Nordestina - do Agreste de Pernambuco para o Mundo: Um Estudo de Caso. In. *Anais. III Simpósio ESPM 2006*.
- KUADA, John; SORENSEN, Olav J. *Internationalization of Companies from Developing Countries*. International Business Press, 2000.
- LADRIÈRE, J. Prefácio. In: BRUYNE, P.; HERMAN, J.; SCHOUTHEETE, M. *Dinâmica da pesquisa em ciências sociais*. Rio de Janeiro: F. Alves, 1977.
- LAGES, Luis Filipe; MONTGOMERY, David B. Export performance as an antecedent of export commitment an marketing strategy adaptation. *European Journal of Marketing*. v. 38. n. 9/10. 2004. p. 1186-1214.
- MACHADO, L. T. A teoria da dependência na América Latina. *Estudos Avançados*. v. 13, n 35, 1999.
- MACHADO-DA-SILVA, C. *et al.* Institucionalização da mudança as sociedade brasileira: o papel do formalismo. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; CARVALHO, Cristina Amélia (Org.). *Organizações, instituições e poder no Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.
- MARINI, Ruy M. *Dialéctica de la Dependencia*. México: Ediciones Era, 1991.
- MEDEIROS, C.A. Integração Produtiva: A Experiência Asiática e Algumas Referências para o MERCOSUL. *Cepal*, 1998.
- MELIN, L. Internationalization as a strategy process. *Strategic Management Journal*, v. 13, 1992. P. 99-118.
- MEYER, J. W., ROWAN, B. Institutionalized organizations: formal structures as myth and ceremony. In: MEYER, J. W., SCOTT, W. R. *Organizational environments: ritual and rationality*. Updated Edition. London: Sage, 1992.
- MISOCZKY, M. C.; AMANTINO-DE-ANDRADE, J. Uma crítica à crítica domesticada nos estudos organizacionais. *Revista de Administração Contemporânea*, v.25, p.193-211, 2005.
- OLIVEIRA, Brigitte Renata. *Análise do processo de formação de estratégias internacionais da fruticultura brasileira: o caso do grupo Fuitfort* Dissertação de Mestrado em Administração, Programa de Pós-Graduação em Administração - PROPAD. Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Recife, 2007.
- OLIVER, C. Strategic Responses to Institutional Process. *Academy of Management Review*, v. 16, n. 1, 1991, p. 145-179.

- PERROW, Charles. *Complex organizations: a critical essay*. New York: McGraw-Hill, 1986. Cap.7, págs.219-256.
- PIERCY, Nigel. Company Internationalisation: Active and Reactive Exporting. *European Journal of Marketing*, 1981, Vol. 15 Issue 3, p26.
- PORTER, M. E. *Vantagem Competitiva das Nações*. Rio de Janeiro: Campus, 1989.
- PORTER, M. E. *Competição*. 6 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- REED, M. Teorização organizacional: um campo historicamente contestado. In: CLEGG, S., HARDY, C., NORD, W. *Handbook de estudos organizacionais*. v.1. São Paulo Atlas, 1999.
- REID, Stan D. The Decision-maker and export entry and expansion. *Journal of International Business Studies*, 12, 2, Fall 1981, p.101.
- RODRIK, D. Políticas de Diversificação Econômica. In: CEPAL. Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe. *Revista CEPAL*. jun. 2010.
- SANTOS, Boaventura de S. *A crítica da razão indolente: contra o desperdício da experiência*. V. 1. São Paulo: Cortez, 2000. p. 55-94.
- SCOTT, W. R. *Institutions and organizations*. Thousands Oaks, Sage Publications, 1995.
- SHARMA, Varinder M.; ERRAMILI, M. Krishna. Resource-based Explanation of Entry Mode Choice. *Journal of Marketing Theory and Practice*, v. 12, n. 1, p. 1-18, Winter 2004.
- SINGER, P. De dependência em dependência: consentida, tolerada e desejada. *Estudos Avançados*. v. 12, n 33, 1998.
- SIROEN, J.M. *Relations Économiques Internationales*. Paris: Bréal, 2002.
- ROSSONI, L.; MACHADO-DA-SILVA, C. Coesão Estrutural e Construção do Conhecimento Científico no Campo da Estratégia. In: *III Encontro de Estudos em Estratégia – 3 E's. Anais... 3 E's*, São Paulo, 2007.
- SELZNICK, P. Institutionalism “old” and “new”. *Administrative Science Quarterly*, v. 41, n. 2, p. 270-277, jun. 1996.
- SUZIGAN, W.; FURTADO, j. Política Industrial e Desenvolvimento. In: CEPAL. Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe. *Revista CEPAL*. jun. 2010.
- TAVARES, M. C. Mitos globais e fatos regionais: a nova desordem internacional. in *Globalização: o fato e o mito*. José Luis Fiori (org.) Rio de Janeiro: EduERJ, 1998.
- TOLBERT, P. S.; ZUCKER, L. G. A Institucionalização da Teoria Institucional. In: CLEGG, S., HARDY, C.; NORDY, W. *Handbook de Estudos Organizacionais*. vol. 1. São Paulo: Atlas, 2007, p. 194-217.
- VIEIRA, M. M. F.; CALDAS, M. P. Teoria crítica e pós-modernismo: principais alternativas à hegemonia funcionalista. *Revista de Administração de Empresas*, v.46, n.1, 2006, p.59-70.
- VERNON, Raymond. International Investment and International Trade In the Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*, May 1966.
- WADE, M. A, RAMOS, C. C., NEVES, E. M. A Comparative Analysis of Citrus Costs and Returns, 1980-2000: Florida, U.S.A. and Sao Paulo, Brazil. *WORLD FOOD AND AGRIBUSINESS SYMPOSIUM, June 27-28, 2001, Sydney*. Sydney: IAMA, 2001.
- WEBER, M. Os fundamentos da organização burocrática: uma construção do tipo ideal. In: CAMPOS, Edmundo (org.) *Sociologia da burocracia*. 4.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- WELCH, Lawrence S., LUOSTARINEN, Reijo. Internationalization: evolution of a concept. *Journal of General Management*. vol 14, n. 2, inter 1988.
- WHITTINGTON, R. Strategy as Practice. *Long Term Planning*, v. 29. n. 5, 1996, p. 731-735.
- ZOU, S.; TAYLOR, C. R.; OSLAND, G. E. The EXPERF Scale: a cross-national generalized export performance measure. *Journal of International Marketing*, v. 6, n. 3, 1998.