



EMPRESAS TRANSNACIONAIS E INTERNACIONALIZAÇÃO: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DOS TERMOS

RESUMO

Os avanços tecnológicos aceleram processos, rompem fronteiras e modificam a forma de relacionamento entre empresas e nações. O mundo passa a ser entendido como uma grande aldeia global, originando assim o termo globalização. Neste contexto muito mais complexo, as empresas necessitam adaptar sua produção e produtos para garantir uma vantagem competitiva, mas também tem a oportunidade de expandir seus negócios em novos e promissores mercados. Nasce assim o processo de internacionalização e o conceito de empresa transnacional. Este estudo propõe uma reflexão sobre estes termos e busca identificar novas fontes de desenvolvimento de pesquisa para ampliação dos conhecimentos na área, através de uma análise bibliométrica do que foi produzido entre 1993 até 2012. Esta análise foi realizada com uma amostra de 142 artigos a partir da base de dados Web of Science. Entre os achados tem-se que os trabalhos estão concentrados em países como Inglaterra, EUA, Alemanha e Austrália e com autores como Coe, Johns, Ward, Conbridge e Wrigley. Em complementação ao estudo, apresenta-se um panorama referente ao processo de internacionalização das empresas no Brasil. Pode-se observar que as 20 maiores transnacionais brasileiras fizeram novas aquisições ou contratações em 2010. De acordo com Rugman e Verbeke (2004), a maior parte das transnacionais brasileiras são "transnacional regional", pois concentram suas operações próximas ao país de origem. Empresas como JBS-Friboi, Stefanini IT Solutions e Gerdau obtiveram os maiores índices de transnacionalidade e a Vale foi a transnacional com maior atuação no exterior. O processo de internacionalização e o conceito de empresa transnacional ainda permitem um campo fértil para novas descobertas.

PALAVRAS-CHAVES: Internacionalização; Transnacional; Análise Bibliométrica..

TRANSNATIONAL CORPORATIONS AND INTERNATIONALIZATION: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE TERMS

ABSTRACT

Technological advances accelerate processes, break boundaries and change the form of relationship between companies and nations. The world is understood as a big global village, thus giving rise to the term globalization. In this context much more complex, companies need to adapt their production and products to ensure a competitive advantage and also have the opportunity to expand into promising new markets. Thus is born the internationalization process and the concept of transnational corporation. This study proposes a reflection on these terms and seeks to identify new sources of research to increase knowledge in the field through a bibliometric analysis of what was produced from 1993 until 2012. This analysis was performed with a sample of 142 articles from the data base Web of Science. The articles are concentrated in countries like England, USA, Germany and Australia, with authors such as Coe, Johns, Ward, Conbridge and Wrigley. In addition to this study, it presents an overview of the process of internationalization of companies in Brazil. It may be noted that the 20 largest Brazilian transnational acquisitions or new hires were made in 2010. According to Rugman and Verbeke (2004), the majority of Brazilian TNCs are "transnational regional" because their operations are concentrated near the country of origin. Companies such as JBS-Friboi, Stefanini IT Solutions and Gerdau had the highest rates of transnationality and Vale has the largest transnational activities abroad. The internationalization process and the concept of transnational company still allow a fertile field for new discoveries.

KEYWORDS: Internationalization; Transnational; Bibliometric Analysis.

*Revista Brasileira de
Administração Científica,
Aquidabã, v.3, n.3, Jul, Ago, Set,
Out, Nov, Dez 2012.*

ISSN 2179-684X

SEÇÃO: Artigos
TEMA: *Estratégia e
Competitividade*



DOI: 10.6008/ESS2179-684X.2012.003.0006

Ana Lúcia Borella Guido

*Pontifícia Universidade Católica de São
Paulo, Brasil*

<http://lattes.cnpq.br/0681521623290245>
analucia_borella@uol.com.br

Rogério Torres de Lima

*Pontifícia Universidade Católica de São
Paulo, Brasil*

<http://lattes.cnpq.br/0683053518400340>
rogerio.lima@folhagrafica.com.br

Recebido: 21/06/2012

Aprovado: 19/09/2012

Avaliado anonimamente em processo de pares cegas.

Referenciar assim:

*GUIDO, A. L. B.; LIMA, R. T.. Empresas
transnacionais e internacionalização: uma
análise bibliométrica dos termos. Revista
Brasileira de Administração Científica,
Aquidabã, v.3, n.3, p.83-96, 2012.*

INTRODUÇÃO

De acordo com Levitt (1983) “Uma força poderosa direciona o mundo para uma convergência, e esta força chama-se tecnologia” (p.2). A tecnologia aliada aos avanços nas áreas de comunicação e transportes (infraestrutura e acessibilidade) diminui as distâncias, possibilita o acesso às comunidades mais isoladas e incentiva o compartilhamento de informações.

As pessoas querem consumir produtos melhores e mais baratos, não importa em que parte do mundo eles são produzidos (OHMAE, 1989). O mundo passa a ser compreendido de forma mais unificada, originando assim o termo “globalização” (LEVITT, 1983). Yip (1989) complementa que a causa da globalização também envolve a maturidade dos mercados locais porque direciona as empresas a ampliarem suas oportunidades de negócios em outros mercados. Para Levitt (1983) a corporação, que passa a operar em outros países, deve ajustar seus produtos às exigências particulares do local, mas deve fazê-lo com práticas de redução de custos e aumento de qualidade, para não prejudicar sua competitividade.

Na perspectiva de Yip (1989) a empresa deve trabalhar com um padrão de produtos e realizar apenas alguns ajustes nos mesmos, de modo que eles sejam percebidos como globais, porém tenham a aceitação local do país de interesse da empresa. Apesar da diversidade de visões, fica implícito para a maioria dos autores que a evolução do mercado global (globalização) constitui uma das bases para o desenvolvimento dos termos “internacionalização” e “empresa transnacional”.

Dentro deste contexto observa-se a importância nos âmbitos acadêmico e profissional para a compreensão e estudo da utilização dos termos “internacionalização” e “empresa transnacional”. A internacionalização tem implicações para praticamente todas as empresas em quase todos os setores; além de acirrar a concorrência internacional, ela também aumenta a intensidade da competição local (nação de origem, *country of origin*) por intermédio de seu impacto na estrutura do setor (CRAIG, GRANT, 1999).

Esse fato faz com que as empresas repensem suas estratégias de atuação não só no mercado local, mas principalmente no seu posicionamento internacional. Em um mapa geográfico, as fronteiras entre os países são bem definidas, em um mapa econômico financeiro as fronteiras simplesmente desaparecem (OHMAE, 1989). Para adaptação ao contexto global as empresas podem passar ou não por algumas etapas de desenvolvimento estratégico e estrutural que a constituem como empresa internacional, multinacional, global e transnacional (BARTLETT, GHOSHAL, 1998).

Neste estudo, busca-se evidenciar a evolução das publicações acadêmicas compreendidas nos últimos 19 anos sobre a temática “internacionalização” e “empresa transnacional”, tendo como referência a verificação e avaliação dos trabalhos publicados na base de dados “*Web of Science*”. A escolha da referida base é devida porque oferece facilidade de acesso e pesquisa livre para acadêmicos. Sendo assim, o objetivo deste artigo é contribuir para as

futuras investigações relacionadas aos termos “internacionalização” e “transnacional” como uma tentativa de compartilhar as experiências e conhecimentos dos autores bem como dos artigos mais citados e referenciados sobre o assunto. Para a condução desta pesquisa foram elaboradas as seguintes questões: Qual foi a quantidade de artigos produzidos durante o período referenciado?; Quais foram os principais autores mais referenciados nos artigos apresentados?; E quais as áreas que apresentaram maior interesse de estudo?; Há uma correlação entre eles?.

O objetivo específico deste estudo busca apresentar uma breve contextualização dos termos “internacionalização” e “empresa transnacional”, compreender suas origens e o processo de evolução ao longo do tempo. Desta forma é importante inserir também a seguinte questão: Como ocorre o processo de internacionalização das empresas e o que faz uma empresa ser considerada transnacional?

Ao tentar responder a estas questões de pesquisa, espera-se trazer uma atualização da bibliografia básica do setor bem como ampliar as oportunidades de investigação sobre “internacionalização” e “empresa transnacional” para outros pesquisadores a fim de possibilitar um aprofundamento das temáticas existentes, ou ainda contribuir com o desenvolvimento das pesquisas neste campo de estudo apresentando novas formas de abordagem dos temas o que possibilitará uma evolução dos conceitos.

Acredita-se que este estudo forneça uma reflexão sobre as terminologias utilizadas, o contexto em que foram inseridas e aponte, através do embasamento teórico existente, novas fontes de desenvolvimento de pesquisa para ampliação dos conhecimentos na área.

REVISÃO TEÓRICA

Contextualização do Termo “Internacionalização”

Em resposta a primeira parte da questão complementar desta pesquisa, faz-se uma rápida retrospectiva com base na literatura existente sobre o processo de internacionalização nas empresas. Como consequência da globalização dos mercados, observa-se o fenômeno da internacionalização. Segundo Yip (1989) “Muitas forças estão conduzindo as empresas ao redor do mundo para a globalização, expandindo sua participação de mercado” (p.29). A internacionalização é responsável pela interdependência cada vez maior entre as nações devido ao aumento do comércio internacional, a expansão de investimentos, e a homogeneidade de consumo.

Como resultado, as empresas necessitam expandir suas atividades em mercados externos, para aproveitar não só as oportunidades de negócios, mas também manterem-se competitivas e preservarem sua existência. Para Craig e Grant (1999) “Os negócios e o comércio ao redor do mundo são motivados pela concorrência, vantagens potenciais de custo e de *marketshare*, alinhados ao desenvolvimento da comunicação e transportes” (p.115). Desta forma

entende-se que o processo de internacionalização nas empresas refere-se à forma como estas se estruturam internamente para atuarem em mercados externos.

Craig e Grant (1999) acreditam que ao competir em um mercado internacional a empresa precisa estabelecer diferentes estratégias competitivas. Eles sugerem várias opções que vão desde a exportação, passando pelo licenciamento de uso da marca ou de franquias até a instalação de uma subsidiária. Na visão de Porter (1990) as empresas que alcançam sucesso internacional tem um ponto estratégico comum: a inovação. A inovação pode ser de um novo projeto, produto, abordagem de marketing, enfim, deve gerar uma vantagem competitiva. O autor ainda complementa que empresas bem-sucedidas tendem a se atualizar constantemente e desenvolver a capacidade de prever e se antecipar às mudanças.

Com base nestes pressupostos, Porter (1990) cria o modelo conhecido como Diamante da Vantagem Competitiva Nacional onde aponta os atributos interativos de sucesso: condições de fatores, condições de demanda, setores industriais correlatos e de apoio e estabelecimento claro de estratégias, estrutura e rivalidade. Independente de sua localização geográfica, a empresa busca as melhores condições para atuar no mercado global.

Coe *et al.* (2004) acreditam num modelo de rede interativa e dinâmica entre as produções globais e regionais de uma empresa, onde a estrutura de governo diverge de uma região para outra, impactando na política de desenvolvimento entre as regiões e com isso afeta a estratégia de internacionalização da empresa. Craig e Grant (1999) concluem que a internacionalização da economia mundial está associada ao crescimento do comércio e aos investimentos internacionais o que torna cada vez mais difícil associar empresas à países específicos.

Contextualização do Termo “Empresa Transnacional”

Em resposta a segunda parte da questão complementar desta pesquisa: como uma empresa torna-se transnacional, faz-se uma retrospectiva na literatura focada nos conceitos evolutivos da mentalidade das empresas, passando da atuação local (país de origem) para o contexto global (internacionalização) e depois se explica o conceito das empresas transnacionais.

De acordo com o avanço no processo de internacionalização, alguns autores classificam as empresas em diferentes tipos. Craig e Grant (1999) distinguem empresas multinacionais e transnacionais; para Hitt, Ireland e Hoskisson (2003) as empresas passam de multidomésticas, globais e depois transnacionais. Dalt (2002) classifica as empresas em domésticas, internacionais, multinacionais e globais e Bartlett e Ghoshal (1998) categorizam as empresas através de modelos organizacionais que se iniciam com a empresa internacional, passam por multinacional e global para evoluir ao estágio de transnacional. As definições a seguir são baseadas nos conceitos de Bartlett e Ghoshal (1998).

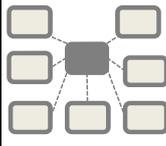
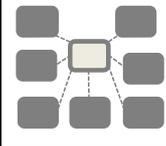
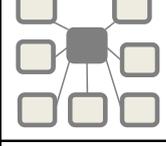
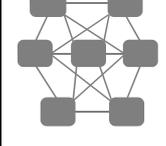
Tipos	Características	Mentalidade	Controle	Organograma
Internacional	Federação coordenada. Muitos ativos chave, recursos, decisões descentralizadas e responsabilidades, mas controladas a partir da matriz.	A direção olha as operações internacionais como um apêndice das operações domésticas da corporação.	Controle Administrativo, planejamento e controles formais permitem um grande controle da filial.	
Multinacional	Federação descentralizada. Muitos ativos chave, recursos, responsabilidades e decisões descentralizadas.	A direção olha as operações internacionais como um portfólio de negócios independentes.	Controle pessoal, informal entre a matriz e filial, controles financeiros simples.	
Global	A matriz é um "Hubb" (Ponto concentração). A maioria dos ativos chave, recursos, decisões e responsabilidades estão centralizadas.	A direção olha as operações internacionais como um canal de venda em um mercado global unificado.	Controle operacional. Forte controle central das decisões dos recursos e da informação.	
Transnacional	Recursos e capacidades distribuídos e especializados.	Processo complexo de coordenação e cooperação, em um ambiente de tomada de decisões compartilhadas.	Grande fluxo de componentes, produtos, recursos, pessoas e informação entre unidades independentes.	

Figura 1: Classificação das empresas segundo seus processos de internacionalização.

Basicamente, a empresa transnacional foi um resultado da fragmentação do processo produtivo, em que as multinacionais perderam suas fronteiras graças ao desenvolvimento dos transportes e da comunicação, sobretudo a partir da Terceira Revolução Industrial. Na década de 80 as empresas são pressionadas a praticarem eficiência, multinacionalidade, baixa de custos e difusão de novas tecnologias (BARTLETT, GHOSHAL, 1998).

Esta situação, junto à necessidade de atuação em mercados globais, fez com que as empresas repensassem suas estratégias de atuação local. Num processo constante de aprendizagem, as empresas foram evoluindo em suas estratégias até tornarem-se transnacionais. Uma empresa transnacional não tem capital social pertencente a qualquer país em particular e não domina necessariamente o processo de produção na sua totalidade.

Certo produto pode ter os seus componentes produzidos em diversas regiões do mundo e montados numa localidade específica. Isto acontece porque as empresas procuram a redução dos custos (ex.: produção, mão-de-obra, de impostos, financiamentos, etc.) com o objetivo de se tornarem mais competitivas e de dominarem o mercado a que se destinam os seus produtos ou serviços.

Segundo Bartlett e Ghoshal (1998) as vantagens de adotar uma estratégia transnacional são: a dispersão de ativos, a especialização de operações e as relações interdependentes. Estas vantagens criam ambiente favorável para o aprendizado, a inovação, permite capitalizar diferencial de custos, economia de escala e manejo mais adequado das pressões políticas e dos riscos econômicos pertinentes a cada país, bem como estabelecer uma estratégia competitiva global com possibilidade de subsídios cruzados.

No geral, a aplicação da estratégia transnacional procura obter tanto eficiência global como

responsividade local, porém na visão de Hitt *et al.* (2003) é difícil obter uma estratégia transnacional pura devido às metas conflitantes entre os atores envolvidos no processo (empresas, governos, etc.). Hitt *et al.* (2003) dá o exemplo da Ford que, em 1990, após utilizar uma estratégia malsucedida de globalização começa a orientar-se para o consumidor e torna-se mais receptiva aos vários mercados internacionais que ela atua.

Panorama Brasileiro do Processo de Internacionalização e Empresas Transnacionais

O processo de internacionalização no Brasil pode ter iniciado através da indústria automobilística e sua rede de fornecedores. A entrada destas empresas multinacionais ganha importância durante o governo de Juscelino Kubitschek de Oliveira (1956-1961), quando o país procura atrair montadoras de veículos estrangeiras fornecendo subsídios. As pioneiras foram: Ford, Volkswagen, Willys, GM entre outras.

A Fundação Dom Cabral contribui com análise e informações importantes referentes aos cenários, a evolução e análise do processo de internacionalização e da situação das empresas transnacionais brasileiras. O ano de 2010 apresenta uma retomada ao investimento em relação ao ano de 2009, marcado pela crise econômica mundial. US\$ 11 bilhões foi o montante investido pelas transnacionais brasileiras para a aquisição de empresas e abertura de filiais no exterior. Em 2010 o fluxo de capitais brasileiros a outros países foi o terceiro maior desde 1994, perdendo somente para 2006, ano da aquisição da canadense Inco pela Vale, e 2008, ano marcado pelas numerosas aquisições no exterior, por empresas como Gerdau, JBS-Friboi, Marfrig, Petrobrás, Vale e Magnesita. Em contrapartida o investimento estrangeiro direto no Brasil, continua em crescimento e ultrapassa os US\$ 48 bilhões.

Diante deste cenário favorável, a Fundação Dom Cabral divulga seu *ranking* de internacionalização de empresas brasileiras. A metodologia é desenvolvida de forma criteriosa pelo Núcleo de Negócios Internacionais da Fundação Dom Cabral a partir do Índice de Transnacionalidade da UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*).

Este índice consiste na avaliação de três indicadores que agregados (média aritmética) compõem o grau de transnacionalidade das empresas brasileiras. São eles os quocientes de receitas das subsidiárias no exterior *versus* receitas totais; ativos no exterior *versus* valor total dos ativos da empresa e número de funcionários no exterior *versus* número de funcionários total da empresa. Com o efeito da recuperação econômica tanto no Brasil como no exterior, os dados levantados nas 20 empresas mais internacionalizadas sinalizam crescimento nos três índices (tabela 1).

Tabela 1: Soma das 20 maiores empresas transnacionais (R\$ bilhões e número de funcionários).

DADOS		2008	2009	2010	Dif. 10/09
Receitas	Brasil	R\$ 163,29	R\$ 145,61	R\$ 211,56	45,3%
	Exterior	R\$ 121,99	R\$ 102,86	R\$ 130,99	27,3%
	Total	R\$ 285,28	R\$ 248,47	R\$ 342,55	37,9%

Ativos	Brasil	R\$ 334,88	R\$ 342,29	R\$ 397,27	16,1%
	Exterior	R\$ 179,07	R\$ 158,13	R\$ 209,91	32,7%
	Total	R\$ 513,95	R\$ 500,42	R\$ 607,18	21,3%
Funcionários	Brasil	327.883	437.472	493.361	12,8%
	Exterior	169.203	198.571	216.563	9,1%
	Total	497.086	636.043	709.924	11,6%

Fonte: Fundação Dom Cabral (2011).

Analisando a tabela 1 podemos notar que em números absolutos os valores dos ativos no exterior superam os valores das receitas. É possível que a valorização do real frente ao dólar tenha influenciado a diminuição do volume de receitas no exterior e contribuído para a superação do montante de ativos em relação a 2009, bem como a incorporação de novos investimentos (novas plantas ou aquisições de empresas). Desta forma, pode-se concluir que as 20 maiores transnacionais em 2010 ou fizeram novas contratações ou incorporaram os funcionários das empresas adquiridas ao seu quadro.

Tabela 2: Ranking final das empresas mais internacionalizadas do Brasil.

Posição	Empresa/Setor de atuação	Índice de Transnac.	Receita	Ativos	Funcionários
1	JBS-Friboi Alimentos	59,6%	77,4%	39,8%	61,7%
2	Stefanini IT Solutions Tecnologia da Informação	46,9%	36,1%	67,7%	37,0%
3	Gerdau Siderurgia e Metalurgia	46,2%	35,3%	58,0%	45,3%
4	Ibope Pesquisa de Mercado e Opinião	42,3%	26,0%	48,6%	52,2%
5	Marfrig Alimentos	38,0%	39,2%	37,7%	37,2%
6	Metalfrio Refrigeradores	33,7%	19,7%	31,9%	49,4%
7	Odebrecht Construção	32,7%	36,7%	25,8%	35,6%
8	Suzano Celulose e Papel	31,5%	77,0%	13,1%	4,3%
9	Sabó Autopeças	31,1%	36,7%	20,5%	36,0%
10	Vale Mineração	29,2%	23,3%	43,5%	20,9%
11	Magnesita Produtos Refratários	28,8%	44,9%	23,4%	18,1%
12	Tigre Material de Construção	26,3%	19,7%	37,4%	22,0%
13	Lupatech Equipamentos e Peças	23,8%	25,5%	17,9%	27,9%
14	Artecola Produtos Químicos	22,0%	20,8%	24,6%	20,6%
15	Votorantin Cimento, Metalurgia, Celulose e Papel	20,5%	26,9%	21,4%	13,1%
16	Weg Máquinas e Materiais Elétricos	19,9%	26,6%	17,5%	15,6%
17	Brasil Foods Alimentos	19,5%	32,6%	25,4%	0,5%
18	Embraer Aeronáutico	18,7%	14,4%	35,7%	5,9%
19	CI&T Software Tecnologia da Informação	15,8%	24,5%	15,8%	7,2%
20	Marcopolo Veículos Automotores e Carrocerias	15,8%	14,5%	11,9%	20,9%
21	Camargo Corrêa Constr., Cimentos, Têxteis e Calçados	15,7%	13,1%	17,1%	17,0%
22	Tam Transporte Aéreo	13,1%	32,9%	0,0%	6,4%
23	Agrale Veículos Automotores e Implementos	12,9%	13,8%	20,7%	4,3%
24	América Latina Logística	11,6%	5,2%	1,9%	27,6%
25	Natura Cosmético e Higiene Pessoal	9,7%	4,8%	2,4%	21,7%
26	Azaléia Calçados	9,3%	7,4%	11,0%	9,5%
27	Petrobras Petróleo e Gás Natural	8,3%	9,3%	5,7%	9,8%
28	BRQ IT Services Tecnologia da Informação	8,0%	10,1%	10,0%	4,0%
29	Cia Providência Higiênicos e Descartáveis	6,1%	0,0%	10,1%	8,2%
30	Alusa Energia Elétrica	5,3%	4,5%	2,4%	9,0%
31	Andrade Gutierrez Construção	4,7%	11,2%	2,7%	0,0%
32	Minerva Alimentos	4,4%	5,2%	1,7%	6,3%
33	Bematech Tecnologia da Informação	4,1%	7,4%	0,0%	4,9%
34	Ultrapar Produtos Químicos e Distrib. de Combustíveis	3,0%	0,6%	3,5%	5,0%
35	DHB Autopeças	3,0%	7,0%	1,7%	0,3%
36	Eliane Material de Construção e Decoração	2,8%	5,0%	2,7%	0,7%

37	Gol Transporte Aéreo	2,8%	5,9%	0,0%	2,4%
38	Politec Tecnologia da Informação	2,0%	3,4%	1,9%	0,8%
39	Randon Veículos Automotores e Autopeças	1,5%	1,1%	0,6%	2,9%
40	Seculus Construção e Relógios	0,5%	1,0%	0,0%	0,6%
41	Tegma Logística	0,4%	0,1%	0,2%	1,0%
42	Altus Tecnologia da Informação	0,4%	0,0%	0,0%	1,3%
43	Oi Telecomunicações	0,2%	0,1%	0,4%	0,2%
44	Cemig Energia Elétrica	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%
45	M.Dias Branco	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
46	Eletrobras Energia Elétrica	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: Fundação Dom Cabral (2011).

Além de apresentar o maior índice de internacionalização em 2011, a JBS-Friboi é a maior do mundo no setor de processamento de proteína animal. A JBS-Friboi conta com 140 unidades de produção espalhadas pelo mundo com sedes no Brasil, Argentina, Estados Unidos, Itália, Austrália, Uruguai, México e Rússia (JBS. Dados internos).

Em segundo lugar aparece a Stefanini IT Solutions, que inicia seu processo de internacionalização em 1996 na Argentina, expandindo depois para Chile, México, Peru, Colômbia, Estados Unidos, Espanha, Portugal, Itália, Reino Unido, Índia e Canadá. Em 2010 adquiriu duas empresas nos Estados Unidos (Tech Team e CXI) e uma na Colômbia (Informática & Tecnologia).

Em terceiro lugar está a Gerdau maior produtora de aços longos da América Latina, presente em 14 países, além do Brasil (Gerdau. Dados Internos). Começa seu processo de internacionalização a partir de 1980, com a aquisição da Siderurgia Laisa no Uruguai, onde enfrentou grandes desafios para entender a cultura local. Por isso manteve equipes locais, e aos poucos transferiu a cultura da empresa para as demais empresas adquiridas.

Tabela 3: Localização das subsidiárias das transnacionais brasileiras.

Posição	Empresa	Total Países	América do Sul	América Central	América Norte	Europa	Ásia	África	Oceania
1	Vale	37	5	1	2	4	14	9	2
2	Andrade Gutierrez	33	8	7	2	3	5	8	-
3	Votorantim	28	5	1	3	11	2	5	1
4	Stefanini IT Solutions	26	5	1	3	12	3	1	1
5	Banco do Brasil	23	7	2	2	7	4	1	-
6	Weg	22	4	-	2	8	6	1	1
7	Odebrecht	21	5	3	2	3	3	5	-
8	Brasil Foods	20	4	1	-	10	5	-	-
9	Marcopolo	20	8	5	1	-	3	3	-
10	Marfrig	20	3	-	2	5	8	1	1
11	Magnesita	19	5	-	3	6	3	1	1
12	Camargo Corrêa	17	7	2	1	5	-	2	-
13	Itaú-Unibanco	16	5	2	1	5	3	-	-
14	Ibope	13	7	4	2	-	-	-	-
15	Gerdau	13	6	2	3	1	1	-	-
16	Petrobras	13	8	-	2	-	1	2	-
17	Randon	11	2	-	2	1	2	4	-
18	Tigre	9	8	-	1	-	-	-	-
19	Minerva	9	3	-	-	1	3	2	-
20	Natura	8	5	1	1	1	-	-	-
21	JBS-Friboi	7	2	-	2	1	1	-	1
22	Sabó	7	1	-	1	3	2	-	-

23	Bradesco	6	1	-	2	2	1	-	-
24	Metalfrío	5	-	-	2	2	1	-	-
25	Suzano	5	1	-	1	2	1	-	-
26	Artecola	5	4	-	1	-	-	-	-
27	Embraer	5	-	-	1	2	2	-	-
28	Ci&T Software	5	1	-	1	1	2	-	-
29	Azaléia	5	4	-	1	-	-	-	-
30	Ultrapar	5	2	-	2	1	-	-	-
31	Lupatech	4	2	-	2	-	-	-	-
32	Alusa	4	3	1	-	-	-	-	-
33	Oi	4	2	1	1	-	-	-	-
34	Bermatech	3	-	-	1	-	2	-	-
35	Politec	3	2	-	1	-	-	-	-
36	Altus	3	1	-	1	1	-	-	-
37	M.Dias Branco	3	2	-	1	-	-	-	-
38	Elektrobras	3	2	1	-	-	-	-	-
39	Tam	1	1	-	-	-	-	-	-
40	Agrale	1	1	-	-	-	-	-	-
41	América Lat. Logística	1	1	-	-	-	-	-	-
42	BRQ IT Services	1	-	-	1	-	-	-	-
43	Cemig	1	1	-	-	-	-	-	-
44	Cia Providência	1	-	-	1	-	-	-	-
45	DHB	1	-	-	-	-	1	-	-
46	Eliane	1	-	-	1	-	-	-	-
47	Tegma	1	1	-	-	-	-	-	-
48	Seculus	1	-	-	-	1	-	-	-
49	Gol	-	-	-	-	-	-	-	-

Fonte: Fundação Dom Cabral (2011).

A tabela 3 demonstra que a Vale é a transnacional brasileira com maior atuação no exterior, principalmente na Ásia e África, com 37,8% e 24,3% de índice de regionalidade (equivalente ao número de países de uma determinada região, dividido pelo número total de países onde a empresa está presente). Outro destaque é a Brasil Foods, que atua em 20 países e foi criada a partir da fusão da Sadia e da Perdigão. Quanto à localização das transnacionais brasileiras no exterior existe uma concentração na América do Sul 30,9%, seguida pela Europa 21,1%, e América do Norte 12,6%. É bem provável que a maior concentração na América do Sul seja devida à proximidade geográfica. Essa concentração nas Américas é denominada por Rugman e Verbeke (2004) de “*transnational regional*”.

Em 2010, empresas transnacionais brasileiras expandiram suas fronteiras para 28 novos países através de 11 empresas. Apenas quatro empresas fecharam ou interromperam suas operações em algum país. Vários países receberam recentemente filiais de empresas brasileiras, dentre eles destaque para: África do Sul, Alemanha, Austrália, Bahrein, China, Colômbia, Coreia do Sul, entre outros. O investimento brasileiro na aquisição de empresas voltou a crescer em 2010 quando comparado ao ano de 2009.

Tabela 4: Aquisições de empresas superiores a US\$ 100 milhões

Posição	Adquirente	Adquirida	País	Setor	Valor Negócio (US\$) mi
1	Vale	BSG Resources G. Ltd.	Reino Unido	Mineração	2.500
2	Cam. Corrêa Portugal	Cimpor Cim. Portugal	Portugal	Manufaturados	1.894
3	Gerdau	Gerdau Ameristeel Corp.	Canadá	Manufaturados	1.607

4	Marfrig Alimentos	Keystone Foods LLC	EUA	Agroindústria	1.260
5	Votorantim	Cimpor Cim. de Portugal	Portugal	Manufaturados	1.192
6	Votorantim Metais	Cia Minera Milpo SAA	Peru	Mineração	419
7	Petrobras	Pasadena R. System Inc	EUA	Manufaturados	350
8	Braskem	Sunoco Chemicals Inc	EUA	Manufaturados	350
9	Petrobras	Devon E. Corp-Cascade	EUA	Petróleo/Gás	180
10	Banco Bradesco	IBI México	México	Serv. Financeiro	164

Fonte: Comisión Económica para América Latina y El Caribe (2011); O investimento estrangeiro na América Latina e Caribe (2010).

A tabela 4 apresenta as aquisições superiores a US\$ 100 milhões, porém é importante ressaltar que não estão relacionadas nesta tabela todas as aquisições, ou por não terem sido anunciadas, ou por serem iniciadas em 2010, mas não concluídas, ou por falta de informações suficientes.

METODOLOGIA

Esta pesquisa tem por objetivo uma análise bibliométrica das produções acadêmicas realizadas entre 1993 e 2012 sobre os termos “internacionalização” e “empresa transnacional”.

Quivi e Champenhoudt (1998) afirmam que um bom material de leitura deve levar a uma reflexão e síntese do tema, que é importante abordar o tema sob algumas perspectivas e confrontá-las e, além disso, deve-se observar se os textos incluem elementos de análise e interpretação, pois serão bem úteis para a conclusão do tema. Os artigos científicos são uma boa opção para este começo, por causa da exigência cada vez maior em relação à produção científica com conteúdo atualizado e de profundidade. A esta fase de leitura e consulta de documentos Quivi e Champenhoudt (1998) classificam de método exploratório de pesquisa. Outro ponto importante levantado pelos autores é a união da teoria com a reflexão (intuição do investigador). A teoria é importante porque dá sustentação ao trabalho, ou seja, ele não fica limitado pelas crenças do investigador. É pouco provável que alguém seja capaz de inventar tudo por si só. Existem linhas de pensamentos que auxiliam nesta busca. E a reflexão leva a intuição e consequentemente à originalidade na forma de investigar um tema.

Através desta premissa identificada pelos autores acredita-se que o trabalho bibliométrico é um importante instrumento de orientação para os pesquisadores, porque faz uma análise sintética do que é produzido em um determinado contexto, facilitando assim a organização, identificação e qualificação das informações contidas nas publicações acadêmicas. A metodologia aplicada a este estudo foi baseada principalmente no levantamento de dados secundários em fonte confiável e de prestígio junto ao meio acadêmico: base de periódicos da *Web of Science*. Esta base concentra publicações internacionais, na sua grande totalidade em língua inglesa. A consulta é realizada em maio de 2012, concomitante com a análise dos dados. Como resultados gerais da pesquisa destacaram-se 142 artigos utilizando de forma conjunta os termos “internacionalização” e “empresa transnacional”, ou seja, os termos foram inseridos num único tópico de pesquisa. A maior dificuldade enfrentada foi a amplitude que a temática sugere, pois se

os termos forem investigados em dois tópicos distintos, será possível obter mais de 12.000 registros referentes ao assunto. Além disso, existe uma quantidade considerável de autores anônimos, o que pode acarretar numa pequena alteração das análises e conclusões das outras variáveis disponíveis na pesquisa, tais como: país de origem (*country of origin*), disciplina, etc.

RESULTADOS

Produção Acadêmica sobre “Internacionalização” e “Empresa Transnacional”

Os artigos referentes à empresa transnacional e internacionalização foram levantados na base de dados *Web of Science*. O primeiro ano de publicação de artigos referente ao tema surge em 1993 com dois artigos (1,42%). 2009 até agora foi o ano de maior quantidade produtiva dos artigos representando mais de 13% do total, seguido pelo ano de 2011 com 17 trabalhos, ou seja, 12% do total. Nota-se que existe uma tendência de crescimento de publicações de artigos neste início de 2012, o que confirma o interesse acadêmico sobre os temas (tabela 5). Caso este índice de produção seja mantido em 2012 estima-se que sejam publicados em torno de 21 artigos até o final do ano.

Tabela 5: Quantidade de produção de artigos por ano de publicação.

Anos de Publicação	Quantidade de artigos	% de 142 artigos
2009	19	13,38%
2011	17	11,97%
2010	14	9,86%
2007 e 2008	10	7,04%
2000	9	6,34%
2012*	7	4,93%
1999, 2001 e 2003	6	4,23%
1998, 2004, 2005 e 2006	5	3,52%
1995 e 2002	4	2,82%
1997	3	2,11%
1993 e 1996	2	1,41%

Neste contexto, podemos entender também que a quase totalidade dos artigos (90%), é escrito ou publicado em língua inglesa (tabela 6), seguidos de uma produção bem tímida de artigos escritos em alemão.

Tabela 6: Idiomas mais utilizados para a produção de artigos.

Idiomas	Quantidade de artigos	% de 142 artigos
Inglês	127	89,44%
Alemão	6	4,23%
Eslovaco	3	2,11%
Francês e Russo	2	1,41%

Pode-se notar também que existe uma coerência entre os países que mais publicam sobre o assunto com o idioma mais utilizado (inglês). A Inglaterra e Estados Unidos são responsáveis por 45% dos artigos referentes à empresa transnacional e internacionalização (tabela 7).

Tabela 7: Países ou territórios que mais publicam artigos sobre internacionalização e empresa transnacional.

País / Território	Quantidade de artigos	% de 142 artigos
Inglaterra	40	28,17%
Estados Unidos	24	16,90%
Alemanha	13	9,15%
Austrália	10	7,04%
Canadá, França, Singapura	8	5,63%
China	5	3,52%
Taiwan	4	2,82%
Itália, Japão, Holanda, Nova Zelândia, Eslováquia, Espanha, Suécia e Suíça.	3	2,11%
Índia e Escócia	2	1,41%

As contribuições estão bem distribuídas entre os autores (tabela 8). Nestes últimos 10 anos o autor que vem ganhando destaque é Coe, docente na universidade de Manchester, Inglaterra, em geografia econômica. Por isso faz sentido a crescente contribuição desta disciplina nas publicações referentes aos termos internacionalização e empresa transnacional. Coe tem como objeto de estudo a relação entre o processo de globalização e as diversidades geográficas, ou seja, o autor busca compreender as redes globais de produção nas indústrias de serviços (logística, varejo, etc.) no contexto da geografia econômica.

Tabela 8: Autores mais prolíficos.

Autor	Quantidade de artigos	% de 142 artigos
COE, N. M.	8	5,63%
JOHNS J.; WARD K.	5	3,52%
FAULCONBRIDGE JR.; WRIGLEY N.	4	2,82%
YEUNG, H. W. C.	3	2,11%
CONKLIN, B. A.; DRAHOKOUPIL, J.; GASSMANN, O.; MIOZZO, M.; MUZIO, D.; SIKULA, M.	2	1,41%

Pode-se observar que apesar da maior concentração de estudos serem provenientes do campo de gestão de empresas, uma área que vêm obtendo destaque e interesse de estudos acadêmicos é a geografia (tabela 9).

Tabela 9: Disciplinas que mais contribuem para o desenvolvimento dos estudos.

Disciplinas	Quantidade de artigos	% de 142 artigos
Gestão de Empresas	43	30,28%
Geografia	31	21,83%
Sociologia	21	14,79%
Pesquisa Educacional, Legislação Governamental	18	12,68%
Administração Pública	10	7,04%
Relações Internacionais	9	6,34%
Antropologia	8	5,63%
Ecologia Ambiental	7	4,93%
Estudos Regionais	6	4,23%
Arte, Cultura, História, Psicologia, Ciências Sociais e Urbanismo	3	2,11%
Ciência da Computação, Demografia, Ciência da Informação (biblioteconomia) e Transportes.	2	1,41%

O fato de haver uma intensificação de artigos publicados na área de estudo da geografia comprova as recentes e constantes contribuições de Coe para os estudos da internacionalização e de empresas transnacionais bem como a influência que o contexto geográfico exerce sobre as

empresas para determinar suas estratégias de expansão internacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de internacionalização e o conceito de empresa transnacional são temas que ainda atraem muitos pesquisadores, talvez por sua flexibilidade e atualidade ou porque permite ser analisado em vários contextos e perspectivas. Convivemos com empresas em diferentes estágios de evolução. Assim existem territórios e ou países que se encontram em fase inicial da internacionalização, bem como empresas que ainda possuem mentalidade nacional.

Esta diversidade de situações aguça a curiosidade científica no sentido de tentar compreender como os processos de internacionalização são realizados, que tipo de estratégias são adotadas, quais são os fatores que influenciam na tomada de decisão (geográficos, culturais, sociais, de infraestrutura) e como as empresas se preparam ou não para enfrentar os novos desafios que surgem além das fronteiras de seu país de origem. Este fato é justificado pelos interesses acadêmicos em áreas de conhecimento às vezes bem distintas, tais como geografia e gestão de empresas. A temática permite esta multiplicidade de interesses.

O mundo globalizado, impulsionado pela força do uso da tecnologia, amplia as oportunidades para as empresas e muda a maneira de realizar negócios. Mesmo que uma empresa não queira atuar fora de seu país de origem, inevitavelmente ela terá que lidar com outras corporações que vieram para seu território, e terá que pensar e agir de forma diferente para enfrentar o novo ambiente competitivo. Ou seja, a empresa será obrigada a estabelecer uma estratégia global de ação. Em contrapartida, um país que seja avesso à entrada de estrangeiros em seu território, pode até colocar barreiras normativas, mas elas não serão intransponíveis e estão cada vez mais frágeis. Podemos concluir que o processo de internacionalização e a estratégia da empresa transnacional é um caminho sem volta.

No Brasil nota-se um esforço das empresas em expandir suas fronteiras e marcar sua presença para além do território nacional. Algumas estão bem estruturadas em seus processos, tais como JBS, Vale, etc. e outras engatinham no duro processo de aprendizagem e adaptação à novos mercados.

Pode-se notar que a importância que o estudo da disciplina geográfica vem adquirindo é pertinente, pois as transnacionais tem que considerar como fator de vantagem estratégica os recursos naturais, as condições climáticas, relevos do terreno, enfim, todo o aspecto geográfico para escolher um novo território ou país a fim de expandir suas fronteiras, além de outros mais tradicionais como: socioeconômicos, infra estruturais, etc.

Como sugestão final propõe-se um estudo sobre os diversos comportamentos de mercados e empresas e sua adaptação ao contexto internacional da atualidade. Este pode ser um objeto interessante de futuras investigações em disciplinas ainda não exploradas ou mesmo proporcionar um aprofundamento das pesquisas iniciadas por esta temática.

REFERÊNCIAS

- BARTLETT, C. A.; GHOSHAL, S.. **Managing across borders: the transnational solution**. Boston: Harvard Business School Press, 1998.
- COE, N. M.; HESS, M.; YEUNG, H. W.; DICKEN, P.; HENDERSON, J.. **'Globalizing' regional development: a global production networks perspective**. School of Environment and Development, University of Manchester, 2004.
- CRAIG, J.; GRANT, R.. **Gerenciamento estratégico**. São Paulo: Littera Mundi, 1999.
- DALT, R. L.. **Organizações: teorias e projetos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- FUNDAÇÃO DOM CABRAL. **Ranking das transnacionais brasileiras 2011: crescimento e gestão sustentável no exterior**. Nova Lima: Fundação Dom Cabral, 2011.
- GERDAU. **Site oficial da Gerdau**. Disponível: <www.gerdau.com.br>. Acesso: 01 Jun 2012.
- HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E.. **Administração estratégica: competitividade e globalização**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- JBS. **Site oficial da JBS**. Disponível: <www.jbs.com.br>. Acesso: 01 Jun 2012.
- LEVITT, T.. The globalization of markets. **Harvard Business Review**, v.61, n.3, p.92-102, 1983.
- MANCHESTER UNIVERSITY. **Prof. Dr. Neil Coe: mini curriculum**. Disponível: <www.manchester.ac.uk/research/Neil.coe/personaldetails>. Acesso: 01 Jun 2012.
- OHMAE, K.. **O poder da tríade**. São Paulo: Pioneira, 1989.
- PORTER, M.. **A vantagem competitiva das nações**. São Paulo: Campus, 1990.
- QUIVI, R.; CHAMPENHOUDT, L.V.. **Manual de investigação em ciências sociais**. Lisboa: Gradiva, 1998.
- RUGMAN, A., VERBEKE, A.. Regional transnationals and triad strategy. **Transnational Corporations**, v.13, n.3, p.1-20, 2004.
- YIP, G. S.. Global Strategy: in a world of nations?. **Sloam Management Review**, v.31, n.1, p.29-41, 1989.