

Modo de entrada de MNCs de 2000 a 2014: uma análise bibliométrica

ROBERTO FRAY DA SILVA
USP - Universidade de São Paulo
roberto.fray.silva@gmail.com

PAULO YUN CHA
USP - Universidade de São Paulo
paulo.yun@gmail.com

GILMAR MASIERO
USP - Universidade de São Paulo
gilmarmasiero@gmail.com

Área temática: Estratégia em Organizações: 1 - Estratégia Competitiva.

Modo de entrada de MNCs de 2000 a 2014: uma análise bibliométrica

Resumo

O modo de entrada de MNCs é uma decisão estratégica que impacta diretamente os resultados de suas atividades no exterior e sua competitividade perante outros *players* globais. Visando entender os principais fatores considerados pelas empresas na escolha do modo de entrada em diferentes países, este estudo baseia-se em uma revisão bibliométrica de artigos científicos publicados em revistas de administração de empresas de reconhecida especialização, entre 2000 e 2014. Busca-se identificar os principais *clusters* de palavras-chave, autores, periódicos, artigos, teorias utilizadas, áreas geográficas estudadas, tipos de indústria, e os fatores considerados na definição dos modos de entrada. Entre os resultados do estudo destacam-se a regionalização de determinadas teorias e os *clusters* de palavras-chave que envolvem exportação, aprofundamentos teóricos e o processo de internacionalização.

Palavras-chave

Bibliometria, modos de entrada, processo de internacionalização

Abstract

The MNCs' entry mode is a strategic decision that impacts directly the results of their activities abroad. It also impacts their competitiveness in comparison with other global players. This paper's basic goal is to provide a bibliometric analysis of the most important scientific papers published between 2000 and 2014 to understand the main factors considered by these companies when choosing their entry modes. Clusters of keywords, authors, journals, theories, geographical areas, industry types, and the main factors considered by the companies were identified. Among the findings are the regionalization of certain theories and clusters of keywords that can be divided in: exports, theory refining, and internationalization process.

Keywords

Bibliometry, entry mode, internationalization process

1. Introdução

O processo de internacionalização de empresas está intimamente relacionado às suas operações no exterior e à sua competitividade. Este processo, segundo Johanson e Vahlne (1977), pesquisadores na Universidade de Uppsala, que dá nome a teoria por eles desenvolvida, ocorre em quatro etapas distintas: primeiramente, a empresa só serve seu mercado doméstico; em um segundo momento, utiliza agentes para exportar seus produtos; na fase seguinte, vende seus produtos através de subsidiárias; e, na fase final, a empresa começa a produção fora do seu país

de origem. Essa trajetória ficou conhecida como a abordagem comportamental do processo de internacionalização de empresas.

Hill, Hwang e Chan(1990), discutindo os modos de entrada em um mercado externo, afirmam que os mesmos possuem um impacto direto no sucesso das operações da empresa. Estes autores definem um espectro de opções relacionado ao grau de investimento em ativos: de contratos sem investimento direto, como o sistema de franquias, à abertura de subsidiárias com controle total pela empresa. Entre estas duas formas, se situam as *joint ventures* e outras estratégias contratuais. A estas categorias podem-se adicionar também as aquisições e fusões entre empresas, práticas que se tornaram comuns a partir dos anos 1990.

Existem diversas teorias para entender o processo de seleção de modos de entrada na internacionalização de uma empresa. Segundo Canabal e White III (2008), as duas teorias mais utilizadas pelas empresas são: a teoria dos custos de transação, pioneiramente estudada por Williamson (1979), e o paradigma OLI de Dunning (1980, 1981 e 2001). A primeira é derivada da economia neoclássica, e explica a escolha da forma de entrada das empresas em outros países como uma tentativa de minimizar os custos de transação envolvidos nas diferentes opções de governança. Já no segundo caso, consideram-se diferentes variáveis relacionadas a propriedade (O – *ownership*), a localização (L-*localization*) e internalização (I – *internalization*), e suas influências na empresa para a definição do modo de entrada.

Dado o destaque que o tema tem obtido na literatura de negócios internacionais, é importante analisar quais são os fatores que impactam o modo de entrada das empresas em outros países. Por esse motivo, este estudo se utiliza do método de revisão bibliométrica para identificar quais foram os principais fatores considerados na decisão do modo de empresas multinacionais (MNCs) publicados em diferentes artigos científicos, durante os anos de 2000 a 2014. Busca-se também identificar os tipos de indústria, sua localização geográfica, os principais autores que estudaram o tema, seus artigos e os periódicos nos quais estes foram publicados.

Após sintetizar algumas abordagens sobre o processo de internacionalização de empresas, destacando os modos de entrada preconizados por estas, o artigo descreve os procedimentos metodológicos adotados para o levantamento e posterior análise dos dados. As análises realizadas são descritas e os principais fatores evidenciados. Na parte final, o estudo apresenta uma breve discussão dos resultados obtidos, suas implicações, e sugestões para trabalhos futuros.

2. Revisão de literatura

Após 50 anos de estudos e teorias em negócios internacionais, é grande a literatura acumulada para explicar as estratégias de internacionalização de empresas (Rugman, Verbeke e Nguyen, 2011). Várias são as abordagens desenvolvidas em diferentes centros de estudo e em diferentes épocas. Algumas das mais reconhecidas pela comunidade de estudiosos da área de estratégia e negócios internacionais foram escolhidas para serem sintetizadas e servirem de fundamentação teórica deste estudo, sendo descritas nesta seção.

Segundo Hill *et al* (1990), na teoria eclética ou teoria OLI de Dunning existem três grupos de variáveis que influenciam o modo de entrada da empresa: estratégicas (diferenças nacionais, economias de escala, e concentração global), ambientais (risco do país, familiaridade com o local, condições de demanda, e volatilidade da competição), e de transação (valor do conhecimento da empresa e o quanto deste é conhecimento tácito). Meyer *et al* (2009)

complementam a teoria eclética adicionando que a possibilidade de falhas de mercado e a necessidade de recursos locais intangíveis influenciam de maneira decisiva na escolha do modo de entrada da empresa.

Ekeledo e Sivakumar (2004) citam que um dos problemas relacionados à aplicação desta teoria é de que, no caso de duas empresas com características similares de ativos proprietários, internalização e localização, os modos de entrada escolhidos podem diferir. Outros problemas citados por estes autores são: a não-diferenciação entre produtos e serviços, a premissa de que o mercado funciona de forma perfeita, e a falta de consideração do papel dos recursos e ativos intangíveis da empresa na escolha do modo de entrada.

O modelo comportamental, por sua vez, é baseado na ideia de que a empresa irá se adaptar ao mercado estrangeiro através de uma série de processos bem definidos, em uma estrutura linear. Inicialmente, a empresa começa a exportar para um determinado mercado e, ao entender melhor como este funciona, parte para a entrada com um modo de baixo controle. Com a experiência adquirida através deste modo, ela pode partir para um modo de alto controle, que aumentará seus lucros, porém também os riscos operacionais envolvidos (Blomstermo *et al*, 2006).

Para Ekeledo e Sivakumar (2004), a teoria baseada em recursos (RBV, do inglês *Resource-Based View*) coloca a empresa, seus recursos e suas características como fontes das vantagens competitivas, ao invés do setor no qual esta empresa está atuando. Esta teoria se opõe à teoria proposta por Porter e aceita por grande parte dos pesquisadores da área de estratégia, na qual o setor é o principal fator que definirá o comportamento futuro da empresa.

O uso de RBV no estudo das estratégias competitivas que definiram os modos de entrada de empresas em outros países possui uma ótica diferente das outras teorias: nesta, os recursos disponíveis da empresa, e a proteção de sua propriedade intelectual possuem grande influência na escolha do modo de entrada. Segundo esta teoria, o modo mais desejado para se entrar em um mercado é o de abertura de uma subsidiária com controle total pela empresa, pois isto permitiria manter seus recursos e propriedade de ativos intangíveis, que não poderiam ser imitados ou incorporados por outras empresas.

Sem discordar desse tipo de comportamento empresarial, Ge e Wang (2013), afirmam que a teoria de redes (*network theory* em inglês) aplicada à internacionalização diz respeito basicamente às ligações inter e intraorganizacionais entre diferentes agentes. Esta teoria também é utilizada para redes de relacionamentos pessoais, como é o caso do *guanxi* chinês, uma rede na qual ocorre a troca de favores entre seus componentes. Neste sentido, estes autores, citando Johanson e Mattsson (1993), caracterizam a internacionalização como um processo cumulativo no qual relacionamentos são formados, mantidos, desenvolvidos e quebrados, visando atingir os objetivos de uma empresa. Estes objetivos estão intimamente ligados às suas estratégias competitivas.

As redes de relacionamentos dizem respeito tanto a relação com parceiros, fornecedores e empresas que atuam em atividades complementares na mesma cadeia de valor, quanto com relação a clientes, consumidores, agências do governo, e até mesmo competidores. É importante notar que, em certos mercados, fazer parte de uma rede facilita a obtenção de recursos e/ou de contratos, além de diminuir as incertezas relacionadas ao atendimento de demanda e qualidade de produtos ou serviços.

Considerando estas abordagens do processo de internacionalização, Blomstermo *et al* (2006) analisam os diferentes modos de entrada de uma empresa, que eles dividem em basicamente duas categorias: alto controle e baixo controle exercido pela empresa matriz. No primeiro caso, encontram-se as subsidiárias e, no segundo, franquias, *joint-ventures*, e diferentes tipos de relações contratuais nos quais a empresa matriz irá interagir com uma empresa parceira para fornecer um produto ou serviço.

Segundo estes autores, modos de entrada de alto controle necessitam de maior investimento inicial em ativos, e existe um alto grau de incerteza, em especial se a empresa não possuir experiência na região. Já no caso de modos de entrada de baixo controle, os investimentos e riscos são menores, porém os lucros a serem obtidos também serão reduzidos. Uma estratégia que pode ser adotada no caso de mercados com alto grau de incerteza é entrar no mercado através de um modo de entrada de baixo controle e, ao aprender como este funciona, mudar para um modo de alto controle, aumentando assim os lucros. Porém, esta estratégia pode trazer problemas relacionados à rede de relacionamentos da empresa, o que pode impactar significativamente sua competitividade.

3. Metodologia

Este trabalho pode ser caracterizado como um estudo exploratório e descritivo que se utiliza da revisão bibliométrica como método de pesquisa (Wormell, 2000; Anuradha e Shalini, 2007; Qiu e Chen, 2009; Elm, Wanlder e Juni, 2009). A base de dados utilizada foi o *Web of Science*, e o levantamento dos dados foi realizado durante os meses de Abril e Maio de 2014. Os principais passos executados para a prospecção dos dados são descritos a seguir.

Inicialmente, os seguintes termos foram pesquisados na base de dados do *Web of Science*: “*entry mode*”, “*internationalisation*”, “*joint venture*”, “*acquisition*”, “*greenfield*”, “*exporting*”, “*wholly owned subsidiary*”, adicionados da palavra *manufacturing*. Estes termos foram definidos com base em uma revisão de literatura realizada anteriormente. Esta etapa resultou em 10.346 artigos.

A segunda etapa visou filtrar os arquivos, eliminando os artigos que não tinham ligação com o tema proposto. Foram realizadas as seguintes filtrações, respectivamente: seleção de “*Social Sciences*” como o domínio da pesquisa (resultando em 2.871 documentos); seleção dos anos de 1990 a 2014 (resultando em 2.787 documentos); seleção de inglês, português e espanhol como idiomas (resultando em 2.733 documentos); e seleção das áreas de “*Business Economics*” e “*International Relations*” como áreas dos artigos (resultando em 1.512 documentos).

A terceira etapa da pesquisa se relacionou à seleção dos artigos a serem analisados em maior profundidade. Esta correspondeu à extração do título, palavras-chave, *abstract*, periódico, ano, e número de citações dos 1.512 documentos em formato texto UTF-8 *tab-delimited*, posteriormente convertido a PDF, seguido de análise das informações contidas nos arquivos. Após a eliminação dos artigos que não possuíam uma clara ligação com o tema proposto, foram identificados 198 artigos relevantes.

Posteriormente, elaborou-se um mapa de *clusters* utilizando-se os softwares BibExcel e VosViewer (Eck e Waltman, 2009), identificando-se as principais palavras-chave de cada *cluster*, e analisando-se os artigos relevantes. Foram identificados três *clusters*, além de critérios que claramente categorizam os artigos: tipo de processo de produção (voltado a serviços ou

produtos); região (continente); e tamanho da empresa (grandes ou pequenas e médias multinacionais).

Com estas informações, tornou-se possível categorizar os artigos publicados nos anos a serem estudados: 2000 a 2014. Aplicou-se então um filtro para selecionar os documentos publicados nestes anos, e estes foram classificados através de análise de título, *abstract* e palavras-chave utilizando os critérios citados anteriormente. Para tal procedimento utilizou-se o software Microsoft Excel.

Os documentos pertencentes ao *cluster* relevante para esta pesquisa, que dizem respeito à aplicação das teorias de internacionalização em dados de empresas, foram então analisados em seu conteúdo para identificar os principais fatores citados pelos autores que influenciaram a escolha do modo de entrada de acordo com a estratégia das empresas.

4. Resultados

A Figura 1 contém os artigos analisados classificados por ano de publicação. Os primeiros artigos identificados datam de 1992, e são artigos que definem as teorias e *frameworks* que serão utilizados, criticados ou aprimorados nos artigos posteriores. É possível também observar um crescimento dos mesmos a partir de 2002, sendo que os anos com maior produção foram 2007 e 2008. Cerca de 80% dos artigos foram publicados a partir do ano de 2002, demonstrando um aumento de interesse do meio científico pelo assunto. Isto pode ser sido ocasionado pelo aumento de internacionalização das empresas, observado a partir da década de 1990.

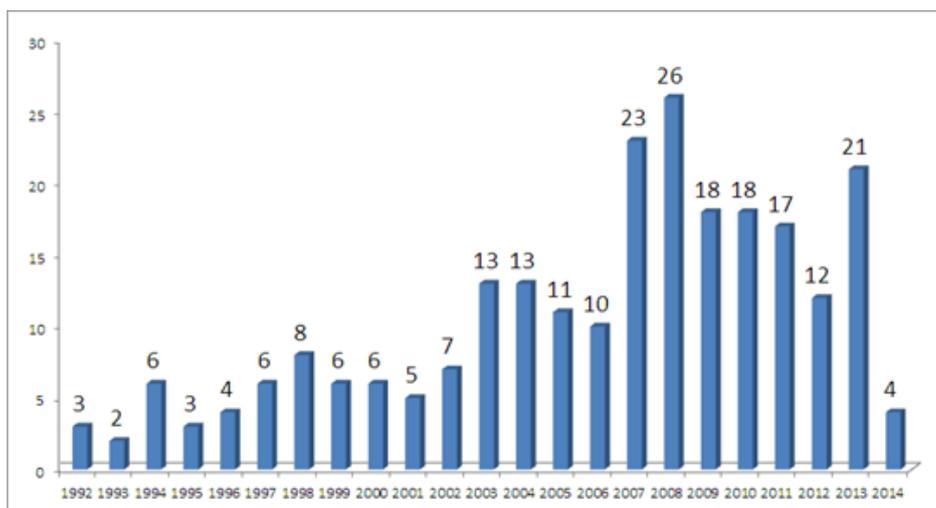


Figura 1. Classificação dos artigos analisados por ano de publicação

Fonte: elaborado pelos autores, 2014.

A Figura 2 ilustra o mapa de *clusters* gerado com base nas palavras do título e do *abstract* dos artigos analisados. É possível dividir os *clusters* em três grupos:

1. **Cluster 1 - Aprofundamento teórico sobre modos de entrada (coloração verde).** Possui como principais palavras-chave: *subsidiary*, *joint venture*, *entry mode choice*, *service*, *venture*, e *manufacturing sector*. Este *cluster* diz respeito à descrição teórica dos diferentes modelos de entrada no espectro de opções das empresas, e a sua aplicação em duas atividades principais: serviços e manufatura. Aborda-se também como estas se diferenciam no processo de internacionalização destas empresas.

2. **Cluster 2 - Exportação (coloração azul).** Possui como principais palavras-chave: *export, effect, cost, competition, foreign direct investment, foreign market, e location*. Este *cluster* é voltado para a descrição de estratégias e processos de exportação, devido ao fato de esta ser a forma escolhida para a venda de produtos em outros países pela maior parte das empresas.
3. **Cluster 3 - Processo de internacionalização (coloração vermelha).** Possui como principais palavras-chave: *process, development, framework, practical implication, smes, e internationalisation*. Este *cluster* diz respeito à *frameworks* para se analisarem os fatores envolvidos no processo de internacionalização de uma empresa, com implicações práticas com base em pesquisa de campo. Este é voltado para as aplicações no mercado, e se relaciona diretamente com as estratégias adotadas pelas empresas.

O *cluster* de número três é o mais importante para esta pesquisa, pois permite a identificação de fatores que influenciaram na escolha do modo de entrada das empresas em diferentes setores, países e contextos, impactando em suas estratégias competitivas. Na sequência apresenta-se os 3 diferentes *clusters* com as palavras-chave no original inglês em que foram pesquisadas.

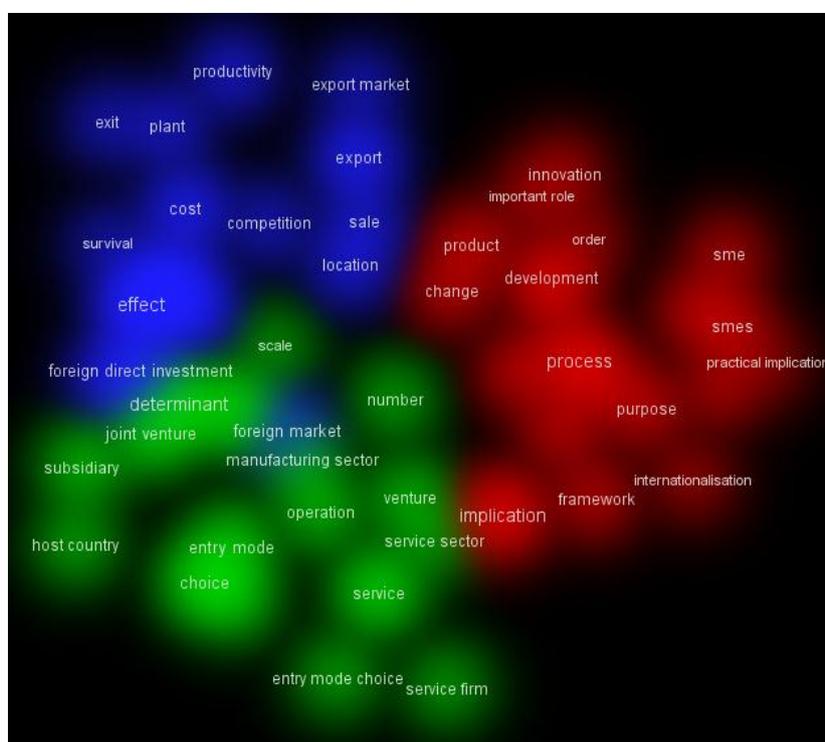


Figura 2. Mapa de *clusters* dos artigos analisados

Fonte: elaborado pelos autores, 2014.

A Figura 3 ilustra a distribuição dos artigos nos diferentes *clusters* para os anos de 2000 a 2014. É possível observar que os *clusters* mais importantes são o 1 e o 3, cada um com, respectivamente, 46% e 38% do total de artigos. O *cluster* 2 trata basicamente da estratégia de empresas no processo de exportação.

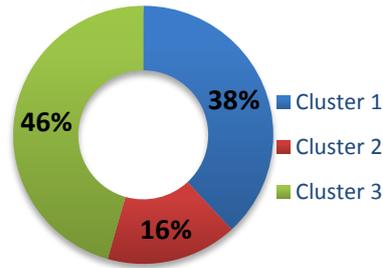


Figura 3. Porcentagem de artigos nos diferentes clusters de 2000 a 2014

Fonte: elaborado pelos autores, 2014.

A Tabela 1 contém os principais autores com relação ao número de citações, e as Tabelas 2 e 3 possuem os principais periódicos com relação ao número de citações e de artigos, respectivamente. É importante destacar os periódicos que aparecem em ambas as listas, demonstrando que possuem qualidade e quantidade na publicação de artigos relacionados a modos de entrada e internacionalização de empresas: *Journal of International Business*, *International Marketing Review*, *Journal of International Economics*, *Journal of Small Business Management*, e *International Small Business Journal*.

Tabela 1. Principais autores na amostra analisada, citações de 2000 a 2014

<u>Primeiro autor</u>	<u>Citações</u>
Bernard, AB	472
Delios, A	217
Greenaway, D	181
Brouthers, KD	114
Belderbos, R	109
Ellis, P	108
Davis, DR	89
Ekhholm, K	89
Bell, J	77
Guillen, MF	77

Fonte: elaborado pelos autores, 2014.

Tabela 2. Principais periódicos, número de citações de 2000 a 2014

Periódico	Citações
Strategic Management Journal	695
Journal of International Business	423
American Economic Review	422
Journal of Business Venturing	268
International Marketing Review	221
Journal of Management Studies	180
Journal of International Economics	162
Journal of Small Business Management	136
International Small Business Journal	133
Economic Journal	111

Tabela 3. Principais periódicos, número de artigos de 2000 a 2014

Periódico	Artigos
Journal of International Business	12
International Marketing Review	9
International Business Review	8
International Small Business Journal	5
Journal of World Business	5
Service Industries Journal	5
Asian Business & Management	4
Journal of Business Research	4
Journal of International Economics	4
Journal of Small Business Management	4

Fonte: elaborado pelos autores, 2014.

Fonte: elaborado pelos autores, 2014.

Para se entender melhor a importância dos diferentes *clusters* ao longo dos anos, é necessária uma separação destes nos diferentes quinquênios. A Figura 4 contém esta divisão. O quinquênio de 2005 a 2009 foi o mais produtivo, com 63 artigos, enquanto o de 2000 a 2004 contribuiu com 41 artigos, e o de 2010 a 2014, com 43 artigos. Também é interessante observar o crescimento da importância do *cluster* 3, que dizia respeito a 39% no primeiro quinquênio, 44% no segundo, e 53% no terceiro. Este *cluster*, que engloba 67 artigos no total, será analisado em maior profundidade.

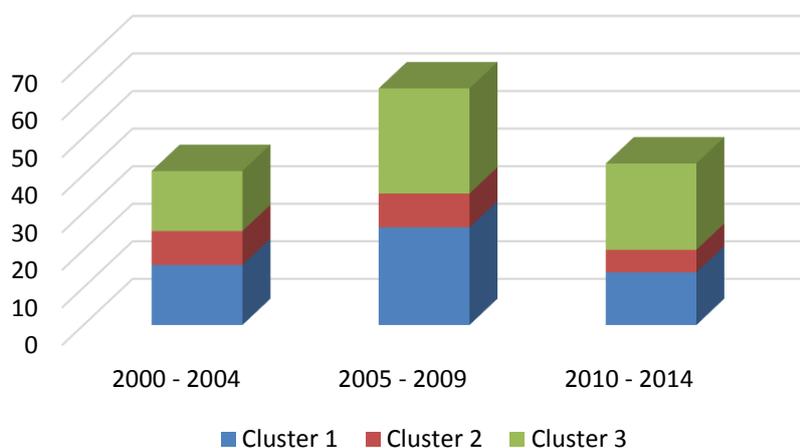


Figura 4. Distribuição dos artigos nos *clusters* nos diferentes quinquênios estudados

Fonte: elaborado pelos autores, 2014.

Com relação à distribuição das regiões tratadas nos artigos no *cluster* 3, é possível observar que as principais foram: fatores utilizados globalmente (45% do total de artigos), fatores utilizados na Ásia (31% do total de artigos), tendo a China como principal país estudado, e fatores utilizados na União Européia (15% do total de artigos). É importante destacar a pequena quantidade de artigos focados nos mercados da Oceania (2% do total de artigos), América Latina (3% do total de artigos) e América do Norte (4% do total de artigos), demonstrando áreas a serem exploradas em trabalhos científicos futuros.

Dos 67 artigos contidos no *cluster 3*, alguns tiveram de ser eliminados da análise devido ao fato de que os pesquisadores não obtiveram acesso gratuito à sua versão completa. Deste processo, resultaram 42 artigos que foram analisados em maior profundidade para identificar quais fatores foram utilizados pelas empresas na escolha de modos de entrada em sua expansão nas diferentes regiões do planeta.

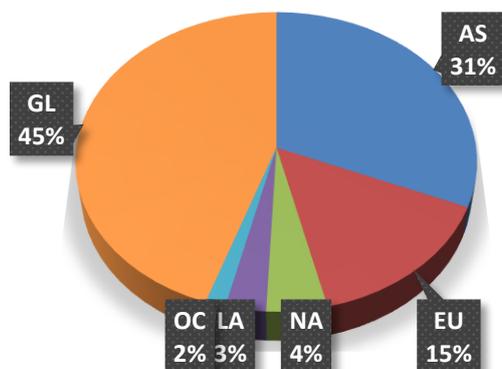


Figura 5. Distribuição de artigos do *cluster 3* por região

Fonte: elaborado pelos autores, 2014.

Após a identificação dos fatores que influenciaram o modo de entrada das empresas nestes artigos, realizou-se uma listagem dos mesmos nas diferentes regiões de destino das empresas. Este procedimento foi realizado visando identificar os fatores mais importantes tanto globalmente (por estarem presentes em trabalhos relacionados a diversas regiões), quanto especificamente em determinadas regiões (por terem sido identificados em mais de um trabalho focado na região em questão).

A Tabela 4 contém os fatores mais importantes identificados pela análise. É importante notar que os fatores distância cultural (estudado com base no modelo comportamental), redes de relacionamento de parceiros e redes de relacionamento com consumidores (estudados com base nas teorias de redes de relacionamentos) e tamanho do mercado (estudado com base na teoria OLI) são os fatores mais abrangentes.

As teorias parecem se complementar nos diferentes trabalhos, porém é possível observar um foco no uso da teoria de redes de relacionamentos na Ásia (em específico, relacionadas ao *guanxi* na China, e às redes dos *keiretsu* no Japão e dos *chaebols* na Coreia do Sul). A teoria OLI permite uma análise do ambiente externo da empresa, e a teoria RBV a complementa proporcionando maior conhecimento sobre os pontos fortes desta em relação às empresas locais.

Alguns fatores foram observados em três diferentes regiões: conhecimento de mercado (relacionado à demanda, segmentação e tipos de competidores), custos de fatores de produção (principalmente no que diz respeito à mão-de-obra), experiência prévia no mercado internacional, *know-how* de gestão (existência de processos bem estabelecidos), *know-how* técnico (sistemas de produção que incorporem processos e tecnologia altamente produtivos), recursos disponíveis para investimento, e riscos políticos (principalmente na esfera macroeconômica, com estabilidade política, controle de taxas de câmbio, e sistemas legislativo e regulatório bem definidos). Estes fatores dizem respeito principalmente às teorias OLI e RBV.

Tabela 4. Fatores mais importantes identificados na análise do *cluster 3*

FATORES	REGIÃO	FATORES	REGIÃO
Abertura de mercado	AS, GL	Proteção a propriedade intelectual	AS, GL
Aglomeração de indústrias no país de destino	AS, GL	Recursos disponíveis	AS, EU, GL
Atitude ao risco	AS, GL	Redes de relacionamento consumidores	AS, EU, GL, OC
Capital humano	AS, GL	Redes de relacionamento parceiros	AS, EU, GL, LA, OC
Conhecimento do mercado	AS, EU, GL	Risco do investimento	AS, GL
Custo de fatores de produção	AS, EU, GL	Riscos de controle	AS, GL
Custos de investimento	AS, GL	Riscos políticos	AS, EU, GL
Distância cultural	AS, EU, GL, OC	Tamanho do mercado	AS, EU, GL, NA
Experiência prévia no mercado int.	AS, GL, LA	Tamanho relativo da empresa	GL, LA
Know-how de gestão	AS, EU, GL	Taxas de câmbio	GL, LA
Know-how técnico	AS, EU, GL	Tecnologia proprietária	AS, GL
Mão de obra qualificada	AS, NA	Vantagem competitiva	EU, NA
Padrões de demanda	AS, GL	Visão estratégica	AS, GL

Fonte: elaborado pelos autores, 2014.

A Tabela 5 contém os fatores mais importantes identificados para cada uma das diferentes regiões identificados na análise do cluster 3. A diferença na quantidade de fatores identificados nas regiões e a ausência de fatores específicos para a Oceania e a América Latina se devem ao fato de que não foram identificados fatores em comum nos artigos analisados, o que não significa que não existam fatores adicionais para as regiões, ou mesmo que estes sejam os mais importantes.

Tabela 5. Fatores mais importantes identificados na análise do cluster 3

ÁSIA	AMÉRICA DO NORTE
Aglomeração de indústrias no país de destino	Mão de obra qualificada
Custo de fatores de produção	
Custos de transação	
Distância cultural	
Proteção a propriedade intelectual	
Redes de relacionamento consumidores	
Riscos políticos	
Tamanho do mercado	
EUROPA	GLOBAL
Distância cultural	Aprendizagem estratégica
	Distância cultural
	Know-how técnico
	Recursos disponíveis
	Redes de relacionamento parceiros
	Riscos na distribuição
	Tamanho relativo da empresa

Fonte: elaborado pelos autores, 2014.

No caso da Ásia, influenciado principalmente pela expansão dos *keiretsu* japoneses e pelo aumento da demanda chinesa, observou-se uma preocupação maior com a aglomeração de setores industriais. Nesse caso as preocupações centrais estão relacionadas com as possibilidades de ganhos de escala e escopo, além dos custos dos fatores de produção, dos custos de transação envolvidos com a realização de transações com parceiros de fora do *keiretsu*, e às redes de relacionamentos com compradores.

Outros fatores importantes na expansão em direção à Ásia também foram evidenciados. Vários deles dizem respeito à distância cultural, principalmente na operacionalização das empresas; proteção à propriedade intelectual, devido à tecnologia proprietária envolvida em seus processos de produção; riscos políticos, devido aos altos investimentos envolvidos no caso de expansões por FDI; e tamanho do mercado, importante no caso da China

Desta forma, observa-se que, no caso do mercado Asiático, todas as teorias estudadas precisam ser consideradas para a elaboração da estratégia de expansão da empresa: a teoria comportamental e as teorias de redes irão fornecer as bases para se entender como a cadeia de suprimentos deve ser montada. Os resultados desta análise, em conjunto com os fatores internos e externos da empresa (relacionados à teoria de RBV), adicionados aos fatores macroeconômicos do país de destino e os riscos políticos deste (relacionados à teoria OLI), permitirão a escolha do modo de entrada mais adequado. A experiência prévia de negociação neste bloco é essencial para que as oportunidades possam ser melhor exploradas.

Na América do Norte, o único fator observado foi o de necessidade de mão-de-obra qualificada, voltada à manufatura de equipamentos e produtos de alta tecnologia. Desta forma, apenas a teoria RBV é importante para a escolha do modo de entrada nesta região. Isto ocorre devido ao fato de que os artigos analisados tratam do investimento de *keiretsus* japoneses nos EUA, buscando mão-de-obra qualificada para a produção de equipamentos de alta tecnologia.

No caso da Europa, o único fator de destaque é a distância cultural, dado que este continente contém uma grande quantidade de mercados consumidores próximos porém com características distintas como idioma, padrões de demanda, formas de fazer negócios, dentre outras. O modelo comportamental é o que mais se adapta para a escolha do modo de entrada nos países europeus, e se torna ainda mais importante no caso de investimentos em unidades de produção em mais de um país, ou na criação de *hubs* e centros distribuidores para diversos mercados.

Os principais fatores observados na categoria Global, que diz respeito a fatores que não possuem uma região específica atrelada, foram: possibilidade de aprendizagem estratégica de processos e incorporação de novas tecnologias; distância cultural entre as diferentes regiões, o que pode dificultar o dia-a-dia das empresas; *know-how* técnico, que varia de forma significativa entre as diferentes regiões e entre os diferentes setores; redes de relacionamentos principalmente de parceiros, que permitem uma entrada gradual nos diferentes países, com menores níveis de investimento e diminuição de incertezas; riscos na distribuição, principalmente em países em desenvolvimento e subdesenvolvidos; e o tamanho da empresa em relação aos seus concorrentes, o que pode criar barreiras à entrada que só poderão ser transpostas utilizando-se redes de relacionamentos com parceiros ou compradores.

5. Discussão

A partir do presente estudo é possível observar que, atualmente, não existe uma teoria que possa ser aplicada à todos os processos de expansão de empresas no mercado internacional. De fato, como as regiões possuem características distintas, acredita-se que melhores resultados serão derivados da identificação de teorias que mais se adaptam a certas regiões e setores do que o desenvolvimento de teorias que busquem sua aplicação em qualquer ocasião indistintamente.

A falta de metodologias claras para a aplicação das teorias existentes no caso de empresas específicas também foi um problema encontrado. Diferentes pesquisadores utilizam as teorias analisadas de formas distintas, chegando a resultados contraditórios. A empresa também precisa

possuir limites bem definidos para o uso das teorias OLI, RBV e comportamental, o que pode não ocorrer em determinadas regiões nas quais as empresas podem ser parte privadas e parte estatais, recebendo influências de ambas as esferas. Outro ponto a ser observado é que, devido ao grande número de variáveis envolvido, trabalhos focados em determinadas regiões e segmentos podem fornecer resultados mais confiáveis.

No que diz respeito às principais teorias utilizadas, observou-se uma predominância das teorias OLI e RBV, seguidas pela teoria comportamental e de redes. A teoria dos custos de transação foi utilizada parcialmente em diversos artigos, porém praticamente não foi utilizada como única teoria em nenhum dos artigos analisados, devido às suas limitações na incorporação de características do mercado de destino. As teorias de redes e RBV parecem possuir diversos pontos em comum, tornando possível o uso de ambas em conjunto.

A amostra analisada, por ter em sua maioria artigos relacionados à expansão dos *keiretsu* japoneses e de indústrias, demonstra um papel importante dos riscos envolvidos na internacionalização da empresa, dos altos investimentos em fatores de produção e proteção de propriedade intelectual, e da necessidade de mão-de-obra qualificada e *know-how* técnico para definir o modo de entrada no país em questão. A distância cultural foi um dos fatores mais observados nos artigos, mas acredita-se que isso se deve pois a expansão entre regiões envolve complexas diferenças culturais, não importando o setor em questão.

Ge e Wang (2013) analisam o efeito de redes de relacionamento de negócios na internacionalização da manufatura da China, e observam que estas são essenciais para a definição do modo de entrada, apontando que as empresas buscam desenvolver uma rede de relacionamentos contendo tanto competidores e agências governamentais quanto consumidores e relacionamentos entre os altos executivos das empresas envolvidas para traçar suas estratégias. Isto leva a uma diminuição nos riscos de entrada e no custo de busca por informações de mercado, aumentando a sua competitividade.

Os riscos políticos, segundo Delios e Henisz (2003) exercem um papel importante na escolha do modo de entrada. Estes autores utilizaram o modelo comportamental para analisar as expansões de empresas japonesas de 1980 a 1998, e concluíram que, dentre os principais fatores analisados pelas empresas, podem-se destacar: a experiência destas com países com incertezas políticas, sua experiência com o grupo cultural ao qual o país de destino pertence, e a experiência com distribuição e manufatura neste país. Os riscos políticos englobam tanto características macroeconômicas como taxas de câmbio e juros como a certeza de que o governo não irá mudar leis, regulamentos e incentivos fornecidos anteriormente, e a existência de um sistema legal e regulatório confiável.

Pak e Park (2005) também tratam dos riscos políticos como fatores importantes para explicar os modos de entrada das MNCs japonesas nos EUA e na Ásia. Estes autores utilizam tanto a teoria RBV quanto a teoria OLI e citam que, além dos riscos políticos, a possibilidade de abertura de subsidiárias, a proteção à propriedade intelectual existente no país, e a intensidade de investimentos em P&D justificaram os modos de entrada escolhidos. Com relação a custos, as empresas avaliaram os ganhos tanto de escala quanto de escopo nestes países, devido ao fato de pertencerem a *keiretsus*.

Um trabalho realizado por Burpitt e Rondinelli (2004) utilizou a teoria OLI para estudar a entrada de empresas nos EUA no estado da Carolina do Norte. Esses autores observaram que a entrada em países desenvolvidos demanda a análise de fatores ligados à qualidade e agregação

de valor ao produto, para compensar os altos custos de mão-de-obra. Desta forma, os principais fatores que influenciaram o modo de entrada foram: suporte local (mão-de-obra qualificada, corredores para escoamento do produto, possibilidades para qualificação dos empregados), proximidade de mercados de nicho, existência de *clusters* de negócios complementares na região, integração com a matriz, e aprendizagem organizacional de tecnologia e processos.

Com relação à serviços, um setor que possui características consideravelmente diferentes da indústria, Blomstermo *et al* (2006), observam que, devido ao fato de que em serviços considerados *soft* há uma interação direta com o cliente, estes tendem a adotar medidas de alto controle para sua internacionalização. Isto permite que estas empresas não percam qualidade na prestação do serviço.

6. Conclusões

O presente artigo visou identificar os principais fatores que influenciaram na escolha do modo de entrada por diferentes empresas em setores econômicos e regiões geográficas distintas, de 2000 a 2014. Observou-se a necessidade do uso de diferentes teorias para identificar fatores importantes na expansão internacional de empresas e na escolha de seu modo de entrada em diferentes países, pois as teorias focam em pontos específicos que devem ser considerados mas sem perder uma perspectiva mais global de todo o processo.

Este trabalho apresenta uma identificação de clusters de palavras-chave e teorias, que foram considerados na análise de artigos científicos publicados de 2000 a 2014. Basicamente apresenta um estudo bibliométrico sobre os modos de entrada das MNCs em diferentes mercados globais.. A análise conjunta de pesquisas que utilizaram as teorias OLI, RBV, Uppsala, teoria dos custos de transação, e redes permitiu identificar diferentes fatores que são importantes tanto do ponto de vista global, quanto para regiões específicas, com destaque para a Ásia. Grande parte dos artigos analisados focaram na expansão de empresas japonesas, principalmente manufactureiras.

A metodologia utilizada impõe restrições às conclusões obtidas, porém a análise é válida por indicar fatores que de fato impactam na escolha do modo de entrada por empresas em sua internacionalização. Foi observada uma lacuna de trabalhos a respeito da Oceania, América do Norte e América Latina. Além disto, existem limitações importantes que merecem ser destacadas: a metodologia utilizada considerou somente trabalhos científicos, ignorando informações de mercado das empresas e artigos não-científicos. A existência de diversas teorias distintas para explicar a internacionalização das empresas, também faz com que alguns artigos possuam resultados incoerentes quando em comparação com outras pesquisas.

Com relação a trabalhos futuros, estes dizem respeito à análises com maiores profundidades das empresas em si e em como elas operacionalizam os fatores identificados. Outros trabalhos podem analisar em profundidade outros períodos e discutir a como operacionalizar os fatores identificados, com níveis que poderiam guiar tomadores de decisão na elaboração de estratégias de expansão de suas empresas, visando aumentar sua competitividade.

Referências Bibliográficas

Anuradha, K. T., Shalini, R. Bibliometric indicators of Indian research collaboration patterns: a correspondence analysis. *Scientometrics*, v.71, n.2, 2007, pp.179-189.

Blomstermo, A., Sharma, D. D., Sallis, J. Choice of foreign market entry mode in service firms. *International Marketing Review*, v.23, n.2, 2006, pp. 211-229.

Burpitt, W. J., Rondinelli, D. A. Foreign-owned companies' entry and location strategies in a U.S. market: a study of manufacturing firms in North Carolina. *Journal of World Business*, v.39, 2004, pp. 136-150.

Canabal, A., White III, G. O. Entry mode research: past and future. *International Business Review*, v.17, 2008, pp.267-284.

Delios, A., Henisz, W. J. Political hazards, experience, and sequential entry strategies: the international expansion of Japanese firms, 1980-1988. *Strategic Management Journal*, v.24, 2003, pp. 1153-1164.

Dunning, J. H. Explaining the international direct investment position of countries: towards a dynamic or developmental approach. *Weltwirtschaftliches Archiv*, v.117, n.1, 1981, pp. 30-64.

Dunning, J. H. The eclectic (OLI) paradigm of international production: past, present and future. *International Journal of the Economics of Business*, v.8, n.2, 2001, pp. 173-190.

Dunning, J. H. Towards an eclectic theory of international production: some empirical tests. *Journal of International Business Studies*, v.11, n.1, 1980, pp. 9-31.

Eck, N. J., Waltman, L. V.: a computer program for bibliometric mapping. In: *Proceedings of the 12th International Conference on Scientometrics and Infometrics*, 2009.

Ekeledo, I., Sivakumar, K. International market entry mode strategies of manufacturing firms and service firms: a resource-based perspective. *International Marketing Review*, v.21, n.1, 2004, pp. 68-101.

Elm, E., Wanlder, S., Juni, P. The role of correspondence sections in post-publication peer review: a bibliometric study of general and internal medicine journals. *Scientometrics*, v.81, n.3, 2009.

Ge, G. L., Wang, H. Q. The impact of network relationships on internationalization process: an empirical study of Chinese private enterprises. *Asia Pacific Journal of Management*, v. 30, 2013, pp. 1169-1189.

Hill, C. W. L., Hwang, P., Chan, K. W. An eclectic theory of the choice of international entry mode. *Strategic Management Journal*, v.11, n.2, 1990, pp.117-128.

Johanson, J., Mattsson, L. G. Internationalisation in industrial systems – a network approach. In P. J. Buckley & P. N. Ghauri (Eds). *The internationalization of the firm: a reader*. 1993, pp. 303-322. London: Academic.

Johanson, J., Vahlne, J. E. The internationalization process of the firm-a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 1977, pp. 23-32.

Meyer, K. E., et al. Institutions, resources, and entry strategies in emerging economies. *Strategic Management Journal*, v.30, 2009, pp.61-80.

Pak, Y. S., Park, Y. Characteristics of Japanese FDI in the east and the west: understanding the strategic motives of Japanese investment. *Journal of World Business*, v.40, 2005, pp. 254-266.

Root, F. R. *Entry strategies for international markets* (revised edition). New York: Lexington Books, 1994.

Rugman, A. M., Verbeke, A., Nguyen, P. C. Q. T. Fifty years of international business theory and beyond. *Management International Review*, v. 51, n. 6, 2011, pp. 755-786.

Qiu, H., Chen, Y. Bibliometric analysis of biological invasions research during the period of 1991 to 2007. *Scientometrics*, v.81, n.3, 2007, pp. 601-610.

Williamson, O. E. Transaction-cost economics: the governance of contractual relations. *Journal of Law and Economics*, 1979, pp. 233-261.

Wormell, I. Bibliometric analysis of the welfare topic. *Scientometrics*, v.48, n.2, 2000, pp.203-236.