

Referências Bibliográficas

ALIBER, R. Z. *A theory of foreign direct investment*. In: C.P. Kindleberger (ed.) *The International Corporation*. Cambridge: MIT Press, 1970.

ANDERSSON, U.; JOHANSON, J., VAHLNE, J. *Organic acquisitions in the internationalization process of the business firm*. *Management International Review*. v. 37. n. 2. 1997. p. 67-84.

_____. *International Business Enterprise*. In: Bjorkman, Igmar; Forsgren, Mats: *The nature of the international firm: Nordic contributions to international business research*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 1997. p. 33-49.

ANDERSSON, U; FORSGREN, M. E. HOLM, U. *The Strategic Impact of External Networks: Subsidiary Performance and Competence Development in Multinational Corporation*. In: *Strategic Management Journal*, vol 23, p. 979-996, 2002

ANDERSSON, S. *Internationalization of the firm in an entrepreneurial perspective*. *International Studies of Management and Organization*, v. 30, n.1, p. 65-94, 2000.

ANDERSSON, S.; WICTOR, I. *Innovative international strategies in new firms Born Globals*, *Nordic Workshop in International Business*, Idoborg, Sweden, 2001.

ANDERSSON, U; FORSGREN, M. E HOLM, U. *The Strategic Impact of External Networks: Subsidiary Performance and Competence Development in Multinational Corporation*. In: *Strategic Management Journal*, vol 23, p. 979-996, 2002

BARNEY, J. *Firm resources and sustained competitive advantage*, *Journal of Management*, Vol. 17, No. 1, 99-120, 1991

BARRETO, A. A internacionalização da firma sob o enfoque dos custos de transação. In: ROCHA, A. (org.) *A internacionalização das empresas brasileiras: estudos de gestão internacional*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

BARRETO, A.; ROCHA, A. A expansão das fronteiras: brasileiros no exterior. In: ROCHA, A. (org.) *As novas fronteiras: a multinacionalização das empresas brasileiras*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

BARTLETT, C. A.; GHOSHAL, S. *The multinational corporation as an inter-organizational network*. *Academy of Management Review*, v. 15, p. 603-625, 1990.

_____. Gerenciando Empresas no Exterior a solução transnacional. São Paulo: Makron Books, 1992

BEAMISH, P. W. *The internationalization process for smaller Ontario firms: A research agenda. Research in Global Business Management* [S. l.], Management, v.1, p.77-92, 1990.

BELL, J.; YOUNG, S. *Towards an Integrative Framework of the Internationalization of the Firm*. In: HOOLEY, G.; LOVERIDGE, R.; WILSON, D. (Orgs.). *Internationalization: Process, Context and Markets*. Hampshire: MacMillan Press Ltd, p.5-28, 1998.

BIRKINSHAW, J. *Approaching Heterarchy: a Review of the Literature on Multinational Strategy and Structure. Advances in International Comparative Management*, vol.9, p.111- 144, 1994.

_____. *How Multinational Subsidiary Mandates Are Gained or Lost. Journal of International Business Studies, Third Quarter*, p.467-495, 1996.

_____. *Foreign-owned Subsidiaries and Regional Development: the Case of Sweden*. In: BIRKINSHAW, J.; HOOD, N., (Orgs.). *Multinational Corporate Evolution and Subsidiary Development*. Basingstoke: MacMillan, p.268-298, 1998

BIRKINSHAW, J; HOOD, N. *Multinational subsidiary evolution: Capability and charter change in foreign-owed subsidiaries companies. Academy of Management Review*, vol. 23, n.4, p.773-795, 1998

_____. *Introduction and Overview*. In BIRKINSHAW, J.; HOOD, N., (Orgs). *Multinational Corporate Evolution and Subsidiary Development*. Basingstoke: MacMillan, p.1-19, 1998.

BJORKMAN, I. and FORSGREN, M. Nordic international business research: a review of its development. In: *International Studies of Management and Organization*, v.30, n1, 2000, pp. 6-25.

BOEHE, D. Os Papéis de Subsidiárias Brasileiras na Estratégia de Inovação de Empresas Multinacionais Estrangeiras. *Revista de Administração da USP*, v. 42, p.5-18, 2007.

BRITTO, R; BRITTO, E Artigo: Strategic Resources and Capabilities for Internationalization, Rio de Janeiro: EnANPAD, 2008. p. 2

BUCKLEY, P; CASSON, M. *The Future of Multinational Enterprise*. London: The Macmillan Press Ltd., 1976.

CAMERINI, DANIEL A.: Desenvolvimento de pigs para detecção e localização de pequenos vazamentos em dutos; orientador: Arthur Martins Braga ; co-orientador: Cláudio Soligo Camerini. – Rio de Janeiro : PUC-Rio, Departamento de Engenharia Mecânica, 2004.

CANCELLIER, E.; NETO, J. : O Processo de Internacionalização de Empresas sob uma Ótica Contextualista: um Estudo de Caso na Cerâmica Portobello S/A, Vale do Itajaí-SC, 2005

CARNEIRO, Jorge; DIB, Luís Antônio. Avaliação Comparativa do Escopo Descritivo e Explanatório dos Principais Modelos de Internacionalização de Empresas. *InterNext*, v.2, n.2 (jan-jun), p.1-19____. v.2, n.1, p. 1-25, jan./jun. São Paulo, 2007.

CAVUSGIL, T. S. *Company Readiness to export*, Michigan State University, 1998

CHETTY, S. e CAMPBELL-HUNT, C. *A strategic approach to internationalization: A traditional versus a 'born-global' approach*. *Journal of International Marketing*, v. 12, p. 57- 81, 2004.

COVIELLO, N. *The Network Dynamics of International New Ventures*. *Journal of International Business Studies*, v. 37, p.713-731, 2006.

CYERT, R.; MARCH, J. *A behavioral theory of the firm*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1963.

DIB, L. A.. Caracterizando o Processo de Internacionalização *Born Globals*: Discussão sobre a Conceituação Empírica do Fenômeno e Hipóteses de Pesquisa, XXXII Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, Brasil, 2008.

_____. Caracterizando o processo de internacionalização born global: discussão sobre a conceituação empírica do fenômeno e hipóteses de pesquisa. In: ENCONTRO DA ANPAD, 32, 2008, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. 1 CD-ROM.

DIB, L.; CARNEIRO, J. Avaliação comparativa do escopo descritivo e explanatório dos principais modelos de internacionalização de empresas. In: XXX ENANPAD. 2006. Salvador. Anais... Salvador: 2006.

DIB, L.; ROCHA, A. Internacionalização precoce versus internacionalização gradual: um estudo sobre born globals na indústria brasileira de software. In: ENCONTRO DA ANPAD, 32, 2008, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. 1 CD-ROM.

_____. Caracterizando o processo de internacionalização Born Global: pesquisa quantitativa na indústria brasileira de software. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 4, 2009, Recife. Anais... Recife: ANPAD, 2009, 1 CD-ROM.

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

_____. *The Eclectic Paradigm of International Production: a restatement and some possible extensions*. *Journal of International Business Studies*, p. 1-31, Spring 1988.

_____. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Workhingan: Addison-Wesley, 1993.

_____. *Regions, Globalization, And The Knowledge-based Economy*. Oxford University Press, 1997.

_____. *The eclectic paradigm as an envelope of economic and business theories of MNE activity*. *International Business Review*, v. 9, p. 163-190, 2000.

EISENHARDT, K. M. *Building Theories from Case Study Researches*. *Academy of Management Review*, v. 14, nº 4, p. 532-550. 1989.

ERIKSSON, K., JOHANSON, J., HAJKGARD, A.; SHARMA, D. *Experiential Knowledge and Cost in the Internationalization Process*. *Journal of International Business Studies*, vol. 28, n.2, p.337-360, 1997.

ERIKSSON, K., MAJKGARD, A.; SHARMA, D. *Path Dependence and Knowledge Development in the Internationalisation Process*. *Management International Review*, v. 40, p.307-328, 2000.

FLEURY, A. C. C.; FLEURY, M. T. *Estratégias empresariais e formação de competências*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

_____. *Competitiveness competences and Corporate Strategies: Brazil and China catching-up in the global economy: Third International Workshop "Globalization and Corporate Strategies for the XXI Century: The Brazilian Innovation Challenge"*, BNDES, Rio de Janeiro, 2005

FORSGREN, M. *Managing the Internationalization Process: The Swedish Case*. London: Routledge, 1989.

_____. *Some critical notes on learning in the uppsala internationalization process model*. Working paper Uppsala University, 27 p., 2000.

_____. *The Concept of Learning in the Uppsala Internationalization Process Model: A Critical Review*. *International Business Review*, n.11, p.257-278, 2002.

FORSGREN, M.; JOAHNSON, J. *Managing internationalization in business network*. In: FORSGREN, Mats; JOHANSON, Jan. (Eds.). *Managing networks in international business*. Philadelphia, PA: Gordon & Breach, 1992. p. 1-16.

FORSGREN, M.; HOLM, U.; JOHANSON, J. *Internationalization of the Second Degree: The Emergence of European-based Centres in Swedish Firms*. In: YOUNG, S.; HAMIT, J., (Orgs.), *Europe and the Multinationals*. Hants: Edward Elgar, p.235-253, 1992

GABRIELSSON, M. *Branding strategies of Born Globals*. *Journal of International Entrepreneurship*, 3, p.199-222. 2005.

GABRIELSSON, M.; SASI, V.; DARLING, J. *Finance strategies of rapidly-growing Finnish SMEs: born internationals and Born Globals*. *European Business Review*, 16/6, p.590- 604. 2004.

GANITSKY, J. *Strategies for innate and adoptive exporters: lessons from Israel's case*. *International Marketing Review*, 6/5, p.50-65. 1989.

GOERZEN, A.; MAKINO, S. *Multinational Corporation Internationalization in the Service Sector: a Study of Japanese Trading Companies*. *Journal of International Business Studies*, v. 37, n.6, p.1149-1169, 2007.

GRAHAM, E. M. *Market structure and the multinational enterprise: a game-theoretic approach*. *Journal of International Business Studies*, 29, pp. 67-83, 1998.

GRANT, R. M. *The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation*. *California Management Review*. spring 1991. p.114-135.

GRUBER, W. et al. *The R&D factor in international trade and investment of United States industries*, *Journal of Political Economy*, February, pp.20-37, 1967.

GUPTA, A.; GOVINDARAJAN, V. *Knowledge Flows and the Structure of Control within Multinational Corporations*. *Academy of Management Review*, vol.16, n.4, p.768-792, 1991.

HADLEY, R.; WILSON, H. *The Network Model of Internationalization and Experiential Knowledge*. *International Business Review*, vol. 12, n. 6, p.697-717, 2003

HAMEL, G.; PRAHALAD, C.K. *The core competence of the corporation*. *Harvard Business Review*. May/June, pág. 79-91, 1990

HEMAIS, C. A., HILAL, A. O processo de internacionalização da firma segundo a escola nórdica. In: ROCHA, Ângela da. *A Internacionalização das empresas brasileiras: estudos de gestão internacional*. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

_____. O Processo de Internacionalização na Ótica da Escola Nórdica: Evidências Empíricas em Empresas Brasileiras. *Revista de Administração Contemporânea (RAC)*, v.7, n.1, p.109-124, 2003.

_____. Teorias, paradigmas e tendências em negócios internacionais: de Hymer ao empreendedorismo. In: HEMAIS, C. A. (Org.). O desafio dos mercados externos: teoria e prática na internacionalização da firma. Rio de Janeiro: Mauad, 2004, v. 01.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D. and HOSKISSON, R. E. Administração Estratégica. São Paulo: Pioneira Thompsons Learning, 2002.

HOFSTEDE, G. *Culture's consequences*. London: Sage Publications, 1980

HYMER, S. *The international operations of national firms: a study of direct foreign investment. Doctorate thesis. Cambridge, MA: The MIT Press, 1960/1976.*

IGLESIAS, R. M.; VEIGA, P. da M. Promoção de Exportações via Internacionalização das Firms de Capital Brasileiro. In: O desafio das exportações, Rio de Janeiro: BNDES, 2002.

JACOB, J. KAPLAN, L.B. *The components of perceived risks. In: proceedings of the third Annual conference of the association for consumer research*, p. 382-393, 1972.

JOHANSON, J.; MATTSSON, L. International Marketing and internationalization process In Turbull P. Research in International Marketing, Croom Helm, London, 1986.

_____. Internationalization in industrial systems: a network approach. In: HOOD, H.; VAHLNE, J. (Eds.). *Strategies in foreign competition*. London: Croom Helm, 1988.

JOHANSON, J.; SHARMA, D. Technical consultancy in internationalization. *International Marketing Review*, v. 4, p. 20-29, 1987.

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*, v. 8, p. 23-32, Spring/Summer 1977.

_____. *The mechanism of internationalization. International Marketing Review*, v. 7, n. 4, p. 11-24, 1990.

_____. *Management of foreign market entry. Scandinavian International Business Review*, v. 1, n. 3, p. 9-27, 1992.

_____. *Building a Model of Firm Internationalization. In: BLOMSTERMO, A.; SHARMA, D. (Orgs.). Learning in the Internationalization Process of Firms*. Cheltenham: Edward Elgar, p. 3-15, 2003a.

_____. *Business Relationship Learning and Commitment in the Internationalization Process. Journal of International Entrepreneurship*, vol. 1, n. 1, p.83-101, 2003b.

_____. *Commitment and Opportunity Development in the Internationalization Process: A Note on the Uppsala Internationalization Process Model. Management International Review*, v. 46, n. 2, p. 165-178, 2006.

JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. *The Internationalization of the Firm: Four Swedish Cases. Journal of Management Studies*, vol. 12, n. 3, p. 305-322, 1975.

JOLLY, V.; ALAHUTA, M.; JEANNET, J-P. *Challenging the incumbents: how high technology firms start-ups compete globally. Journal of Strategic Change*, 1, p.71-82. 1992.

KNICKERBOCKER, F. T. *Oligopolistic reaction and multinational enterprise. Cambridge, MA: Division of Research, Graduate School of Business Administration. Harvard University*, 1973.

KNIGHT, G.; MADSEN, T.; SERVAIS, P. *An inquiry into born-global firms in Europe and the USA. International Marketing Review*, 21/6, p.645-665. 2004.

KNIGHT, G. E CAVUSGIL, S. T. *Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. Journal of International Business Studies*, 35, pp.124–141, 2004.

KOGUT, B.; ZANDER, U. *Knowledge of the Firm and the Evolutionary Theory of the Multinational Corporation. Journal of International Business Studies*, vol. 24, n. 4, p.625-645, 1993.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: Análise, planejamento, implementação e controle.* / Philip Kotler; tradução Aílton Bomfim Brandão – 5. Ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KRUGMAN, H. E., 1965. *The Measurement of Advertising Involvement. Public Opinion Quarterly* 29.

_____. *The Measurement of Advertising Involvement. Public Opinion Quarterly* 31, 1967

LEFFLER, W. L.; PATTAROZZI, R.; STERLING, G. *Deepwater Petroleum Exploration & Production: A Nontechnical Guide. Pennwell Books*, 2003.

LINDQVIST, M. *Infant multinationals: the internationalization of young, technology-based Swedish firms. [S.l.]: Institute of International Business, Stockholm School of Economics*, 1991.

MACHADO-DA-SILVA, C.L.; SEIFERT JR., R.E. Ambiente, Recursos e Interpretação Organizacional: um Modelo para Análise de Estratégias de Internacionalização. In: Encontro de Estudos Organizacionais (3º EnEO). Anais... Atibaia, 2004.

MADSEN, T.; SERVAIS, P. *The internationalization of Born Globals: an evolutionary process? Proceedings of the fourth CIMaR Symposium*. San Diego, California, 1995.

_____. *The internationalization of Born Globals: an evolutionary process? International Business Review*, 6/6, p.561-583. 1997.

MALHOTRA, N. K. Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MARIOTTO, Fábio L. Estratégia Internacional da Empresa. In Isabella Vasconcelos; Flávio Vasconcelos; André Mascarenhas (coords.). Coleção Debates em Administração. São Paulo: Thompson, 2007.

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

MCDOUGALL, P.; OVIATT, B. *International entrepreneurship: the intersection of two research paths. Academy of Management Journal*. p.6, 2000.

_____. Some fundamental issues in international entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 27p., 2003.

MCDOUGALL, P.; SHANE, S.; OVIATT, B. *Explaining the formation of international new ventures: the limits of theories from international business research. Journal of Business Venturing*, 9/6, p.469-487. 1994.

MCMANUS, J. C. *The Theory of the International Firm, in Gilles Paquet (ed.), The Multinational Firm and the Nation State*. Toronto: Collier-Macmillan, 1972.

MCNAUGHTON, R. *The number of export markets that a firm serves: models versus the Born-Global phenomenon. Journal of International Entrepreneurship*, 1/3, p.297-311. 2003.

MOEN, O. *The Born Globals: a new generation of small European exporters. International Marketing Review*, 19/2, p.156-175. 2002.

MOEN, O.; SERVAIS, P. *Born Globals or gradual global? Examining the export behavior of small and medium-sized enterprises. Journal of International Marketing*, 10/3, p.49- 72. 2002.

MOREIRA, A. B. O Processo de Decisão de Compra em Supermercados On-line: Uma pesquisa Qualitativa com o Zona Sul Atende. Dissertação de Mestrado, PUC-Rio, 2008

NORDSTRÖM, K.; VAHLNE, J. *Is the globe shrinking? Psychic distance and the establishment of Swedish sales subsidiaries during the last 100 years. In: International trade and finance association's annual conference, 1992, Texas. Proceedings...* Texas: [s.n.], 1992. p. 242-259.

O'DONNELL, S. *Managing Foreign Subsidiaries: Agents of Headquarters or an Interdependent Network. Strategic Management Journal*, vol. 21, n.5, p.525-548, 2000.

O'GRADY, S.; LANE, H. *The Psychic Distance Paradox. Journal of International Business Studies*, v. 27, n. 2, p. 309-333, 1996.

OVIATT, B.; MCDUGALL, P. *Toward a theory of international new ventures. Journal of International Business Studies*, 25 (1), 45-64, 1994.

_____. *Challenges for internationalization process theory: the case of international new ventures. Management International Review*, 37/2 (Special Issue), p.85-99. 1997.

_____. *A framework for understanding accelerated international entrepreneurship. In: Rugman, A. M.; Wright, R. W. (eds.) Research in global strategic management: international entrepreneurship. Stamford, CT: JAI Press Inc., 23-40, 1999.*

PATERSON; S.; BROCK, D. *The Development of Subsidiary-Management Research: Review and Theoretical Analysis. International Business Review*, v. 11, p.139-163, 2002.

PENROSE, E. *The theory of the growth of the firm. New York: Oxford University Press*, 1959.

_____. *Teoria del crecimiento de la empresa. Madri: Aguilar*, 1962

PETER, P.; OLSON C. *Consumer Behavior and Marketing Strategy. New York: McGraw-Hill*, 2005.

PETERAF, M. *The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view. Strategic Management Journal*. v.14. n. 3. 1993. p. 179-188.

PETTIGREW, A. M. *Contextualist research: a natural way to link theory and practice. In: LAWLER, E. Doing research that is useful in theory and practice. San Francisco: Jossey- Bass*, 1985.

_____. *Context and action in transformation of the firm. Journal of Management Studies*. v. 24. n. 6. p. 649-670, nov. 1987

PORTER, M. E. Vantagem competitiva das nações. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

_____. Vantagem Competitiva das Nações, Rio de Janeiro, Campus, 1993.

_____. Estratégia: a busca da vantagem competitiva. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998, p. 419-437.

_____. *Locations, Clusters and Company Strategy*. In: Clark, G.L.; Feldman, M.P. und Gertler, M.S. (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Economic Geography*. New York, 2000

POZZOBON, D.: Explorando Soluções Internacionais: o Caso dos Frigoríficos Brasileiros, Salvador-Ba, R. Adm., São Paulo, v. 2, n. 2, p.43-59, maio/agosto 2008

PRAHALAD, C. K., HAMEL, G. A Competência Essencial das Organizações. Harvard Business Review, 1990

RÄISÄNEN, J. *Evolution of internationalization theories related to the Born Globals concept. Seminar in Business Strategy and International Business. Helsinki University of Technology*. 36p. 04/04/2003.

RASMUSSEN, E.; MADSEN, T. *The Born Globals concept. Proceedings of the 28th EIBA Annual Conference. Athens, Greece: European International Business Academy*, 2002.

RENNIE, M. *Global competitiveness: Born Globals*. McKinsey Quarterly, 4, p.45-52. 1993.

RESENDE, S.; VERSIANI, A.: Relacionamentos inter-subsidiárias e processos de internacionalização de multinacionais, R.Adm., São Paulo, v.42, n.2, p.155-166, abr./maio/jun. 2007

REZENDE, S.F. *Internationalization Processes: An Analytical Framework*. In. Revista de Administração Contemporânea, v7, n. 3, p. 137-156, 2003^a

RIALP, A.; RIALP, J.; KNIGHT. G.A. *The phenomenon of early internationalizing firms: what we know after a decade (1993-2003) of scientific inquiry?* International Business Review. 14,:147-166, 2005.

RIALP, A.; RIALP, J.; URBANO, D.; VAILLANT, Y. *The born-global phenomenon: a comparative case study research*. Journal of International Entrepreneurship, 3, p.133- 177. 2005.

RICHARDSON, R. J. Entrevista. In: _____. Pesquisa social: métodos e técnicas. 3^a ed. ver. ampl. São Paulo: Editora Atlas, 1999. pp. 207-219.

ROCHA, A.. Marketing: teoria e prática no Brasil. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. O Construto da Distância Psicológica: Componentes, Mediadores e Assimetria. In: HEMAIS, C. A. (Org.). O desafio dos mercados externos: teoria e prática na internacionalização da firma. Rio de Janeiro: Mauad, 2004, v. 01.

ROCHA, A.; CHRISTENSEN, Carl. Marketing: teoria e prática no Brasil. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999. p. 76

ROOT, F.J. *Foreign Market Entry Strategies*. New York: Amacom, 1987

ROPELATO, M., FRONZA, F., MOHAMED A., AMELIA, S. – Como é tratado o conceito de Born Globals na Literatura Nacional da área de Administração? Universidade Regional de Blumenau (FURB), 2009

RUGMAN, A. *Inside the Multinationals*. Columbia University Press, New York, NY, 1981.

SHARMA, V.; ERRAMILLI, M. *Resource-based explanation of entry mode choice. Journal of Marketing Theory and Practice*. v. 12. n. 1. winter 2004. p. 1-18.

SHARMA, D.; BLOMSTERMO, A. *The internationalization process of Born Globals: a network view. International Business Review*, v. 12, n. 6, p. 739-753, 2003.

SIMÕES, V.; DOMINGUINHOS, P. *Portuguese Born Globals: An Exploratory Study*. In: 27ª EIBA Conference at ESCP-EAP, Paris: EIBA, 2001.

STYLES, C.; SEYMOUR, R. *Opportunities for marketing researchers in international entrepreneurship. International Marketing Review*; v. 23, n. 2; p. 126-145, 2006.

T Li, S.T Cavusgil (1995), "A classification and assessment of research streams in international marketing", *International Business Review*, Vol. 4

VERNON, R. *International investment and international trade in Product Cycle. Quarterly Journal of Economics*, vol. 80, p. 190-207, 1966.

WEBSTER, JR, Frederick E., WIND, Yoram. *Organizational buying behavior*. Englewood Cliffs, NJ : Printice Hall, 1972.

WELCH, L.; LUOSTARINEN, R. *Internationalization: evolution of a concept. Journal of General Management*. vol 14, n. 2, inter 1988.

WERNERFELT, B. A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*. v. 5, p. 171-180, 1984

WILLIAMSON, O. *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York: Free Press, 1975.

_____. *Market and Implications*. New York: The Free Press, 1975

YEUNG, H. *Entrepreneurship in international business: New institucional perspective*. *Asia Pacific Journal of Management*, vol. 19, p. 29-61, 2002.

YIN, R. *Estudo de caso – Planejamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZUCHELLA, A. *Born Globals versus gradually internationalizing firms: an analysis based on the Italian case*. *Proceedings of the 28th EIBA Annual Conference*. Athens, Greece: European International Business Academy, 2002

[1] WILLIAMSON, H., ANDREANO, R., MENESES, C. “*The American Petroleum Industry*”. *National Bureau of Economic Research* New York, Columbia University Press, 1966

[2] MOHTIPOUR, M., GLOVER, A., TREFANENKO, B., “*Pipeline Report: Technology Advances Key Worldwide Gas Pipeline Development*”. *Oil and Gas Journal*, Vol. 26, November 2001

[3] ECONOMIST, *The Marketing: Dicionário Bilíngue Português-Inglês*, O Essencial do Marketing de A a Z. Lisboa: Ediciones CETOP , 1996.

[http_1]: Petrobras - <http://www.petrobras.com.br/> - 10/18/2009

[http_2]: Transportadora Brasileira Gasoduto Bolívia-Brasil S/A - <http://www.tbh.com.br/> - 10/18/2009

[http_3]: Pipeline & Gas Jornal - <http://pipelineandgasjournal.com/> - 18/10/2009

[http_4]: Rede de Tecnologia do Rio de Janeiro <http://www.redetec.org.br/inventabrasil/pigeomet.htm> - 19/10/2009

[http_5]: Nation Master - http://www.nationmaster.com/graph/tra_pip-transportation-pipelines - 18/10/2009

Anexo

ROTEIRO PARA ENTREVISTA PIPEWAY

A. INICIO DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO

1) Como teve início o processo de internacionalização da Pipeway? Quais fatores contribuíram para desencadeá-lo? Em algum momento vocês se sentiram ameaçados por concorrentes no Brasil naquela época?

2) Antes do contrato com a Petrobras existia a perspectiva de alguma “aventura” no mercado externo, ou seja, vocês tomariam a iniciativa de procurar o mercado externo? De que forma ela seria realizada? Quais mercados seriam atingidos nesta fase e porque evitariam outros?

3) Vocês se planejaram para este processo de internacionalização? Se sim, como? Se não, por quê?

4) Como a empresa atuava, inicialmente, nos primeiros mercados onde vocês ingressaram? (exportando? Por meio de representante local? Comprando empresas similares? Outro?). Que fatores foram levados em consideração para a escolha desse modo de atuação? A empresa chegou a avaliar alternativas? Quais? Por que foram descartadas?

B. EVOLUÇÃO NOS MERCADOS EXTERNOS ATÉ O PRESENTE

B.1. ESCOLHA DE NOVOS MERCADOS

1) Ao longo dos últimos anos como tem sido planejada a entrada da empresa em novos mercados? Na sua visão mudou alguma coisa em relação ao início do processo? Como os riscos destes mercados vinham sendo avaliados?

2) Nessa perspectiva algum mercado descartado anteriormente passou a ser potencialmente atrativo? O que mudou na sua visão sobre este mercado? Já estão atuando nele? Se não, por que ainda não foram para lá?

3) Você acha que quantidade de mercados a serem atingidos é melhor do que a qualidade deles, ou seja, quanto mais mercados melhor?

B.2. MODOS DE ATUAÇÃO E SUA EVOLUÇÃO

1) Uma empresa não vive só de sucessos em seu processo de internacionalização. Algum fracasso inicial chegou a comprometer o seu processo de internacionalização em determinado mercado ou no contexto geral?

2) O modo de atuação no exterior evolui conforme o tempo, ou seja, inicialmente você pode ter escolhido atuar com um representante local para posteriormente abrir uma subsidiária. Você pode descrever um caso em que isso tenha ocorrido? Quais foram as mudanças percebidas no mercado local para que se fizesse tal mudança? Tipicamente, ao entrar num mercado novo, como a PIPEWAY costuma atuar? E em mercados mais maduros?

3) Por que certas subsidiárias, representações etc. foram criadas? Para seguir um fornecedor? Algum cliente pediu para vocês estudarem a possibilidade de criação de uma subsidiária no mercado deles?

B.3. GESTÃO E SUA EVOLUÇÃO (CENTRALIZAR X DESCENTRALIZAR DECISÕES)

1) Como suas subsidiárias, representantes etc. se relacionavam com a matriz e com seus pares, clientes e fornecedores locais no passado? Como eles se relacionam nos dias de hoje? Alguma coisa mudou?

B.4. PAPEL DA TECNOLOGIA NO PROCESSO

1) A empresa vem se mantendo tecnologicamente adequada ao mercado e em relação à concorrência em sua opinião? Investe em P&D? Isso tem

ajudado na conquista de novos mercados ou só foi um diferencial no passado?
Quais os outros fatores que ajudaram a empresa na obtenção de novos mercados?

C. SITUAÇÃO ATUAL

C.1. MODOS DE ATUAÇÃO E ESCOLHA DE MERCADOS

1) Como é planejada a entrada de sua empresa em um determinado mercado agora? Como os riscos destes mercados são avaliados?

2) Você estuda transferir parte de sua produção ou serviços para algum mercado que seja mais eficiente economicamente do que o Brasil?

3) Vocês de alguma forma pretendem realizar uma maior inserção em mercados que reagiram positivamente aos seus produtos e serviços, ou seja, implementação de maiores equipes, maiores investimentos nestes mercados?

C.2. GESTÃO

1) Como estão divididas atualmente as suas subsidiárias? Quem é responsável pelo que em sua estrutura?

2) Existe autonomia para criação e disseminação de conhecimento entre elas sem a participação da matriz?

3) Como é prestada a assistência aos seus clientes e subsidiárias? Existe a influência direta da matriz nas atividades locais ou elas tem autonomia para prestar assistência aos clientes?

C.3. TECNOLOGIA

1) Eu li recentemente que a Petrobras possui uma série de patentes de possíveis produtos a serem produzidos para o mercado. Vocês estão cientes

disto? Disputariam estas patentes? Vislumbram isto como uma oportunidade ou uma ameaça a sua empresa? Explique.

D. PLANOS PARA O FUTURO

1) Dentro de sua equipe existe alguém com capacidade para exercer um posto de comando em uma de suas subsidiárias e desenvolvê-las a partir do mercado externo? Qual a experiência internacional de vocês?

2) Qual a sua visão em relação ao mercado da Pipeway para os próximos anos, ou seja, quais os mercados a serem atingidos e quais os mercados a serem evitados? Por quê? Quais as perspectivas para o futuro da companhia?

3) Você acha que o fator tecnológico continuará sendo um fator decisivo para conseguir manter e conquistar novos mercados? Se não, quais seriam os fatores preponderantes no futuro?

4) Como vocês acham que se realizará o processo de compra de seus produtos e serviços no futuro? Por exemplo, clientes cada vez mais exigentes e conhecedores do assunto ou tudo irá se manter como o presente?

5) Quais os riscos que seus clientes perceberão quando realizarem tais compras? Quais fatores vocês acham que irão influenciá-los em seu processo de compras? E quais as diferenças percebidas dos seus clientes até agora e que poderão mudar no futuro?

6) Quais serão os meios de divulgação de seus produtos e serviços no futuro?

7) Suas subsidiárias são 100% capital próprio agora? Vocês pensam no futuro expandir a empresa via financiamentos externos?