

## 7. Referências Bibliográficas

ALEXANDER, Nicholas. Retailers and International Markets: Motives for Expansion. **International Marketing Review**, v.7, n.4, p. 75-85, 1990.

\_\_\_\_\_; DOHERTY, Anne Marie. **International Retailing**. Oxford University Press, 2009.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Relationship development in international retail franchising: case study evidence from the UK Fashion Market. **European Journal of Marketing**, v.38, n.9-10; p. 1215-1235, 2004.

\_\_\_\_\_; MYERS, Hayley. The Retail Internationalization Process. **International Marketing Review**, v.17, n.4-5, p.334-353, 2000.

\_\_\_\_\_; QUINN, Barry. International Retail Divestment. **International Journal of Retail and Distribution Management**, v.30, n.2, p.112-125, 2002.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. International Retail Franchising: A conceptual framework. **International Journal of Retail & Distribution Management**; v.30, n.5; p. 264-276, 2002.

\_\_\_\_\_; RHODES, M.; MYERS, H. International Market Selection: Measuring Actions instead of Intentions. **Journal of Services Marketing**, v.21, n.6, p. 424-434, 2007.

BARRETTO, Antonio S.P. **Internacionalização de Empresas Brasileiras: processos, pessoas e networks no investimento direto no exterior**. Tese Doutorado. Rio de Janeiro, Instituto Coppead/Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1998.

BONOMA, Thomas V. Case Research in Marketing: opportunities, problems, and a process. **Journal of Marketing Research**, v. 22, n. 2, p. 199-208, 1985.

CAMUFFO, Romano; VINELLI. Back to the Future: Benetton transforms its global network. **MIT Sloan Management Review**, p.46-52, 2001.

CAVUSGIL, S.T. Organization Characteristics Associated with Export Activity. **Journal of Management Studies**, v.21, n.1, p. 3-33, 1984.

COE, Neil M.; WRIGLEY, Neil. **The globalization of retailing**. v.2, Cheltenham, U.K., Elgar, 2009.

CRESWELL, W. John. **Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches**. California: Sage Publications, 2007.

DAWSON, J. The Internationalization of Retailing. **Journal of Marketing Management**, n.10, p. 267-282, 1994.

DOHERTY, Anne Marie. Factors Influencing International Retailers Market Entry Mode. **Journal of Marketing Management**, v.16, p. 223-245, 2000.

\_\_\_\_\_. Support mechanisms in international retail franchise networks. **International Journal of Retail & Distribution Management**, v. 35, n. 10, p. 781-802, 2007.

\_\_\_\_\_. The internationalization of retailing. Factors influencing the choice of franchising as a market entry strategy. **International Journal of Service Industry Management**, v.18, n. 2, p. 184-205, 2007.

EXAME. Disponível em <[www.exame.com.br](http://www.exame.com.br)>. Acesso em 13/03/2010.

FERNIE, John et al. The internationalization of the high fashion brand: the case of central London. **The Journal of Product and Brand Management**. Santa Barbara: v. 6, n. 3; p. 151, 1997.

FORSGREN, Mats. The concept of learning in the Uppsala internationalization process model: a critical review. **International Business Review**, v. 11, p. 257-277, 2002.

FREIRE, Claudia Marques. **Internacionalização de empresas brasileiras: o caso de O Boticário**. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2001.

GHEMAWAT, P.; NUENO J. L. **Zara: Fast Fashion, Case**. Harvard Business School Press, Cambridge, MA, p. 703-497, 2003.

HELFFERICH, E.; HINFELAAR, M.; KASPER, H. Towards a Clear Terminology on International Retailing. **International Review of Retailing, Distribution and Consumer Research**, v.7-3, p.287-307, 1997.

ISTO É DINHEIRO. Disponível em: <[www.istoedinheiro.com.br/noticias/5102\\_O+MAIOR+PASSO+DA+LILICA](http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/5102_O+MAIOR+PASSO+DA+LILICA)>. Acesso em: 15/04/10.

JOHANSON, Jan & VAHLNE, Jan-Erik. The Mechanism of Internationalization. **International Marketing Review**, v.7, n.4, p.11-24, 1990.

\_\_\_\_\_. The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge and Increasing Foreign Market Commitment. **Journal of International Business Studies**, v.8, n.1, p.23-32, 1977.

JORNAL DO VALOR ECONÔMICO. São Paulo: Edições de 30/11/2000 a 14/09/2010. Disponível em: <[www.valoreconomico.com.br](http://www.valoreconomico.com.br)>.

LEVY, Michael; WEITZ, Barton A. **Administração de varejo**. São Paulo, Atlas, 2000.

LOPEZ, Carmem; FAN, Young. Internationalization of the Spanish Fashion Brand Zara. **Journal of Fashion Marketing and Management**, v.13, n.2, p. 279-296, 2009.

MARISOL. **Apresentação Institucional** (Documentos da empresa). 2009.

\_\_\_\_\_. **Marisol Business**. 2010a. Disponível em: <http://www.marisolsa.com.br/business/>. Acesso em 12/03/2010.

\_\_\_\_\_. **One Store**. 2010b. Disponível em: <[www.marisolsa.com.br/business/one-store/quem-somos](http://www.marisolsa.com.br/business/one-store/quem-somos)>. Acesso em: 12/03/2010.

MENDELSON, M. **How to Franchise Internationally**. London, Franchise World Magazine, 1989.

MOORE, Christopher; FERNIE, John; BURT, Steve. Brands without boundaries. **European Journal of Marketing**, v.34, n. 8, p. 919-937, 2000.

PETERSEN, B. & PEDERSEN, T. Twenty years after – support and critique of the Uppsala Internationalisation Model. In: Björkman, I., & Forsgren, M. (Eds.). **The nature of the international firm**: Nordic contributions to international business research. Copenhagen: Handelshöjskolens Forlag. p.117-133. 1997.

QUINN, Barry. The Internationalization of a Franchise System: an ethnographic study. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**, v.10, n.2, p.66-84, 1998.

RAMAMURTI, R.; JITENDRA, V. Singh. **Emerging Multinationals from Emerging Markets**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

RETAIL INTELLIGENCE. **Cross Border Retailing**. Retail Intelligence, London, 2001.

ROCHA, Angela da; Christensen, Carl. **The Export Experience of a Developing Country**: a review of empirical studies of export behavior and the performance of Brazilian firms. *Advances in International Marketing*, v. 6, p.111-141, 1994.

ROSA CHÁ. São Paulo: Disponível em: <[www.rosacha.com.br](http://www.rosacha.com.br)>. Acesso em: 05/12/09.

ROSEN, Ellen Israel. **Making Sweatshops** - The Globalization of the U.S. Apparel Industry – University of California Press – Cap.10 - p. 177-201 e Cap.11 – p.202-219, 2002.

RUBIM, Monique. **A internacionalização das empresas de moda praia**: estudo de casos. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.

SALMON, W.J.; TORDJMAN, A. The Internationalization of Retailing. **International Journal of Retailing**. v.4, n.2, p.3-16, 1989.

SOUZA, Claudia Oliveira Pessôa de. **Adaptação de estratégias de marketing para empresas franqueadoras**: estudo de casos no setor de *fast-food*. Dissertação (Administração) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2001.

TOKATLI, Nebahat. Global sourcing: insights from the global clothing industry – the case of Zara, a fast fashion retailer. **Journal of Economic Geography**, v. 8, p.21-38, 2008.

TREADGOLD, A. **Retailing without Frontiers**. Retail and Distribution Management, November/December, p.8-12, 1988.

\_\_\_\_\_; GIBSON, C. **Retailing in Continental Europe: the opportunities and the costs**. In Sanghavi N. and Treadgold, A. (Eds.) Developments in European Retailing, Dower House Publications, Yeovil, p.67-76, 1989.

VIDA, I. An Empirical Enquiry into the International Expansion of US Retailers. **International Marketing Review**. v.17 n. 4-5, p. 454-475, 2000.

YIN, Robert. **Case Study Research: design and methods**. Sage Publications, Inc. California, 2003.

WIGLEY, Stephen; MOORE, Christopher. The Operationalization of International Fashion Retailer Success. **Journal of Fashion Marketing and Management**, v.11, n.2, p. 281-296, 2007.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_; BIRTWISTLE, Grete. Product and Brand. Critical success factors in the internationalization of a fashion retailer. **International Journal of Retail & Distribution Management**, v.33, n.7, p. 531-544, 2005.

WILLIAMS, David E. **Motives** for Retailer Internationalization: their impact, structure and implications. **Journal of Marketing Management**, v.8, n.3, p. 269-285,1992.

## 8. Anexos

### 8.1. Fotos das Lojas Próprias da Marisol (*flagships*)

Fotos 1 e 2 – Rosa Chá, Soho, Nova York





Fotos 3 e 4 – Lilica Ripilica, Milão, Itália.







## 8.2. Roteiro de Entrevista

1. Quais os principais motivos que levaram a Marisol a iniciar um processo de expansão internacional?
2. Alguém ou algum fato pode ser identificado como o maior responsável por esta decisão?
3. Como foi o começo?
4. Houve algum planejamento inicial ou as coisas foram acontecendo? Se houve planejamento, em que consistiu?
5. Quais estratégias de entrada foram escolhidas (exportação, licenciamento, franquia, abertura de lojas próprias) e por quê?
6. Como foi feita a seleção dos países? Que critérios foram utilizados? Em que ano a empresa entrou em cada país? (ver lista dos países e datas )
7. Quais as razões para decidir exportar inicialmente para países do Oriente Médio e apenas mais tarde (5 anos após) para a América do Sul?
8. Em qual país da Ásia a empresa mantém uma subsidiária de produção? Fale um pouco sobre isso.
9. Quais ações foram mais bem-sucedidas? E quais não tiveram êxito ou não corresponderam às expectativas?
10. Que mudanças, se for o caso, a empresa teve que fazer em sua estrutura ou nos produtos para adequar-se aos novos mercados?
11. Quais as maiores dificuldades enfrentadas? Como foram/estão sendo superadas?
12. Como este processo evoluiu até os dias de hoje?
13. Que fatores podem ser apontados pela empresa como facilitadores deste processo de internacionalização?
14. Qual a importância que a parceria com estilistas famosos no mercado brasileiro tem/teve para o processo de internacionalização?
15. Quantos funcionários a empresa tem no exterior?
16. Apresentar alguns dados que ilustrem o índice de internacionalização da empresa. Por exemplo, % de receita no exterior sobre receitas totais, empregados no exterior sobre total, ativos no exterior sobre total de ativos.

Número de lojas no exterior (próprias/franquias) x lojas domésticas. Outros números?

17. A empresa tem planos para continuar a se expandir no exterior?