

MISEG / INSTITUTO SUPERIOR DE ECONOMIA E GESTÃO

MESTRADO EM GESTÃO E ESTRATÉGIA INDUSTRIAL

**ESTRATÉGIAS
DE INTERNACIONALIZAÇÃO
DA EMPRESA**

Docente: *Vitor Corado Simões*

vcs@iseg.utl.pt

ANO LECTIVO 2013/2014

1º SEMESTRE

Turma GEI S45

AULA DE 2ª FEIRA

ESTRATÉGIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

1. A INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

Numa economia em que os países e as empresas são inter-dependentes, os negócios internacionais assumem um relevo crescente. Com efeito, hoje a actividade das grandes empresas dos países desenvolvidos tem um carácter internacional, sendo cada vez maior o envolvimento internacional das pequenas e médias empresas. Em muitas indústrias a concorrência processa-se a um nível internacional, o que obriga as empresas a adoptarem estratégias onde a internacionalização se apresenta como uma necessidade imperiosa. Finalmente, os processos de integração económica internacional, a inter-penetração das economias e o desenvolvimento da economia do conhecimento condicionam a formulação e a implementação das políticas públicas em matéria comercial, financeira ou de investimento.

Constituindo a internacionalização das empresas portuguesas um vector fundamental para o reforço da sua capacidade competitiva, justifica-se a criação de uma disciplina específica de Estratégias de Internacionalização da Empresa.

Tendo em conta a designação desta disciplina, o elenco de disciplinas oferecidas nesta área e a possibilidade de parte dos alunos terem já obtido aprovação na disciplina, de natureza introdutória, de Gestão de Negócios Internacionais, **optou-se por focalizar a disciplina de Estratégias de Internacionalização da Empresa no estudo dos processos de internacionalização e nos modos de operação internacional.** A diversidade crescente de formação dos alunos no primeiro ciclo aconselha, no entanto, que o curso se inicie com uma abordagem da envolvente internacional da empresa e das propostas de explicação teórica dos movimentos de internacionalização. Na mesma linha, serão tratadas, de forma necessariamente breve, as principais questões relativas à gestão de empresas multinacionais.

2. OBJECTIVOS

Os principais objectivos do curso são os seguintes:

- (i) Sensibilizar os alunos para a relevância e amplitude dos negócios internacionais e suas implicações;
- (ii) Explicar as motivações da internacionalização empresarial;
- (iii) Analisar o processo de internacionalização das empresas;
- (iv) Estudar aprofundadamente as principais formas de expansão internacional das empresas;
- (v) Fornecer os instrumentos básicos de gestão das operações internacionais; e
- (vi) Retirar ensinamentos sobre as estratégias de internacionalização das empresas portuguesas.

3. *SÍNTESE DO PROGRAMA*

	Nº HORAS
1. INTRODUÇÃO	3.0
2. A ENVOLVENTE INTERNACIONAL DA EMPRESA	3.0
3. PERSPECTIVAS TEÓRICAS	3.0
4. PROCESSOS DE INTERNACIONALIZAÇÃO	4.5
5. EXPORTAÇÃO	3.0
6. LICENCIAMENTO	1.5
7. <i>FRANCHISING</i>	1.5
8. OUTROS MODOS CONTRATUAIS	1.5
9. ALIANÇAS ESTRATÉGICAS	3.0
10. INVESTIMENTO DIRECTO	4.5
11. ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DOS MODOS DE OPERAÇÃO	1.5
12. ESTRATÉGIA E GESTÃO INTERNACIONAL	3.0
APRESENTAÇÃO DE TRABALHOS	3.0
TOTAL	<hr/> 36.0

4. *PROGRAMA DETALHADO*

1. INTRODUÇÃO

- 1.1. Conceitos básicos.
- 1.2. Perspectiva histórica do investimento internacional.
- 1.3. Tendências recentes nos processos de internacionalização.

2. A ENVOLVENTE INTERNACIONAL DA EMPRESA

- 2.1. Globalização.
- 2.2. Enquadramento político-económico. Investidores internacionais e Estados.
- 2.3. Enquadramento humano e cultural.
- 2.4. Processos de integração económica e negócio internacional.
- 2.5. Aspectos internacionais da tecnologia e da inovação.
- 2.6. Multinacionais e Ética: Códigos e Condutas.

Caso: Bic

3. TEORIAS DO INVESTIMENTO INTERNACIONAL

- 3.1. A herança de Stephen Hymer.
- 3.2. Ciclo de Vida do Produto.

- 3.3. Da Internalização ao Paradigma Eclético.
- 3.4. A contribuição de John H. Dunning
- 3.5. Teorias Evolucionistas.
- 3.6. Perspectivas comportamentais

4. A INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

- 4.1. O processo de internacionalização das empresas: principais dimensões.
- 4.2. Dinâmica do processo: gradualismo *versus born globals*.
- 4.3. Motivações da Internacionalização.
- 4.4. Estratégias de entrada nos mercados externos.
- 4.5. Condicionantes da internacionalização.

Caso: Zara

5. A EXPORTAÇÃO

- 5.1. Porquê exportar?
- 5.2. Formas de exportação.
- 5.3. Exportação de produtos e exportação de serviços.
- 5.4. A gestão do processo de exportação.

Caso: Go Global – or No?

6. LICENCIAMENTO

- 6.1. Definição.
- 6.2. Elementos caracterizadores.
- 6.3. A perspectiva do licenciado.
- 6.4. A perspectiva do licenciador: o licenciamento como forma de internacionalização.
- 6.5. A negociação dos contratos.
- 6.6. O contrato de licença: termos e condições.

7. FRANCHISING

- 7.1. Definição.
- 7.2. Elementos caracterizadores.
- 7.3. A perspectiva do franchisador: o *franchising* como modo de internacionalização.
- 7.4. Operações próprias e operações franchisadas: determinantes da opção.
- 7.5. Desafios da implementação internacional..

Caso: Body Shop

8. OUTROS MODOS CONTRATUAIS

- 8.1. Contratos de Gestão.
- 8.2. Projectos internacionais.
- 8.3. Sub-contratação internacional.

9. ALIANÇAS ESTRATÉGICAS

- 9.1. Definição.
- 9.2. Motivações.
- 9.3. Custos e riscos das alianças.
- 9.4. Perspectiva das alianças como processo.
- 9.5. O resultado das alianças: principais factores de sucesso.

Caso: Renault/Nisan: The making of a global alliance

10. INVESTIMENTO DIRECTO

- 10.1. Definição.
- 10.2. Motivações para o investimento directo.
- 10.3. Dimensões de análise: modo de estabelecimento, propriedade e actividades.
- 10.4. Aquisições: vantagens e desvantagens.
- 10.5. *Joint-ventures*: vantagens e desvantagens.
- 10.6. O processo de decisão de investimento no estrangeiro.
- 10.7. Factores de localização.

Caso: Xerox and Fuji - Xerox

11. ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DOS MODOS DE OPERAÇÃO

- 11.1 A dimensão estratégica da selecção dos modos de operação internacional.
- 11.2 A internacionalização como processo incremental.
- 11.3. Determinantes da mudança de modos de operação.
- 11.4. Planeamento e implementação de mudanças de modo de operação.
- 11.5. Estratégias de combinação de modos.

12. ESTRATÉGIA E GESTÃO INTERNACIONAL

- 12.1. A Estratégia Internacional: dimensões e desafios.
- 12.2. Mecanismos de coordenação e controlo
- 12.3. Tipologias de estratégias Internacionais: principais propostas.
- 12.4. Organização e coordenação das operações internacionais: desafios e tendências.
- 12.5. Tipologia das filiais no estrangeiro: características e implicações.
- 12.6. Autonomia e dinâmicas de desenvolvimento das filiais.
- 12.7. Gestão do conhecimento nas empresas multinacionais
- 12.8. Conclusões.

Caso: Sogrape

5. **MÉTODO DE TRABALHO**

A disciplina será leccionada em aulas teórico-práticas.

A exposição teórica será, sempre que conveniente, complementada pela análise e discussão de casos.

Pretende-se estimular a participação dos alunos na reflexão sobre os negócios internacionais, nomeadamente através da discussão dos casos apresentados.

Trabalhos a efectuar

(i) Estudo de casos

Todos os alunos deverão preparar todos os casos para discussão na aula. Não haverá apresentações orais, nem será necessário um documento escrito. Aconselha-se, no entanto, a esquematização da resposta às questões para apoiar a participação na discussão.

(ii) Trabalho monográfico sobre uma experiência empresarial de desenvolvimento de operações internacionais - Deverá versar preferencialmente sobre a experiência de uma empresa portuguesa ou de estabelecimento da filial portuguesa de uma empresa estrangeira, procurando identificar o processo de realização de operações internacionais e as suas exigências e implicações. Pretende-se que os grupos apliquem, na elaboração da monografia, os conhecimentos obtidos na disciplina.

Os grupos têm, no entanto, liberdade para abordar outros casos relacionados com a matéria. Sugere-se o contacto com o docente antes da definição final da experiência a estudar.

O trabalho monográfico deverá ser efectuado em pequenos grupos (máximo de quatro estudantes), tendo a dimensão máxima de 20 páginas, a espaço e meio em *Times New Roman 12*.

NOTA IMPORTANTE:

No fim do trabalho deverá ser **obrigatoriamente** incluída uma página adicional, onde o grupo indicará o seguinte:

- **Classificação pretendida e respectiva justificação**

- **Ordenação da classificação dos membros do Grupo**, distinguindo os alunos que, na opinião do Grupo, merecem ver as suas classificações aumentadas e diminuídas (até um máximo de 2 valores). As discriminações positivas e negativas devem-se anular, a menos que o Grupo justifique a sua decisão em contrário (por exemplo, um aluno que claramente liderou o trabalho, devendo ser beneficiado por isso). Exemplos:

a) Não há lugar a distinção entre os membros do *Grupo*;

b) Aluno A+ 2 val.

Aluno B Sem majoração nem minoração

Aluno C..... Sem majoração nem minoração

Aluno D- 2 valores.

A última aula do curso será dedicada à apresentação pelos grupos das versões preliminares do trabalho monográfico. A versão final deverá ser entregue, em papel, ao docente na data do exame final.

6. AVALIAÇÃO

A classificação final atribuída a cada aluno será função do seu desempenho, avaliado através da ponderação dos seguintes elementos:

(A) Prova Final (com consulta) 40%

Classificação mínima para aprovação na disciplina: 8 valores.

(B) Trabalho Monográfico 30%

(C) Participação nas aulas, nomeadamente na análise de casos 30%

Os critérios de atribuição da classificação na Época de Recurso são idênticos aos relativos à Época Normal. Todavia, as classificações obtidas em (B) e (C) apenas poderão ser consideradas uma única vez para efeitos de majoração da classificação obtida na prova individual. Isto significa que os alunos que entregaram a prova da Época Normal NÃO poderão beneficiar de majoração na Época de Recurso

7. ELEMENTOS DE ESTUDO

A referência de base para o estudo desta disciplina é a seguinte: Lawrence S. Welch, Gabriel R. G. Benito e Bent Petersen, *Foreign Operation Methods: Theory, Analysis, Strategy*, Cheltenham, Edward Elgar, 2007.

Recomenda-se também a leitura das seguintes referências:

Benito, Gabriel, Bent Petersen e Lawrence Welch, 'Towards more realistic conceptualisations of foreign operation modes', *Journal of International Business Studies*, Vol. 40 nº 9, pp. 1455-1470.

Peng, Mike e Klaus Meyer (2011), *International Business*, Cengage Learning, Londres (especialmente na parte relative aos capítulos 2 e 3 da matéria da disciplina).

Simões, Vitor Corado (1998), 'Estratégias de Internacionalização' in A. Romão (ed.), *Comércio e Investimento Internacional*, ICEP, Lisboa (para os Capítulos 4, 5 e 6 da matéria).

Simões, Cristina, José Paulo Esperança e Vítor Corado Simões (2013), *Horizonte Internacionalizar – Guia para PME*, AICEP/Audax, Lisboa.

UNCTAD (2011), *Non Equity Modes of International Production and Development*, disponível em www.unctad.org

Recomenda-se a leitura dos Suplementos do *Financial Times* subordinados ao tema Mastering Global Business. Recomenda-se igualmente a consulta de revistas onde são frequentemente publicados textos sobre negócios internacionais; entre elas destacam-se as seguintes:

- Journal of International Business Studies
- Management International Review
- International Business Review
- Columbia Journal of World Business
- Transnational Corporations

SÍNTESE DO PROGRAMA

TURMA GEI S45

AULA	DATA	CAPÍTULO(S)	BIBLIOGRAFIA	CASO/ TEMA
-----	16 Set.	NÃO HAVERÁ AULA	-----	-----
# 1	23 Set	Apresentação. Introdução.	-----	-----
# 2	30 Setº	A Envolvente Internacional da Empresa	Peng & MEyer (2011: Part 1 e Part 3) Plá & León (2004:Cap.1 e 8)	-----
# 3	07 Outº	Perspectivas Teóricas	Plá & León (2004: Cap.4) Peng & Meyer (2011:Cap.6)	Bic
# 4	14 Outº	Processos de Internacionalização (I)	W, B& P (2007: Caps. 1 e 2) Simões (1998) Peng & Meyer (2011: Caps.11 e 12)	Zara
# 5	21 Outº	Processos de Internacionalização (II). Exportação	W, B& P (2007: Caps. 1 e 2) W, B& P (2007: Cap.8) Simões (1998)	Go Global – or No?
# 6	28 Outº	Exportação Licenciamento	W, B& P (2007: Cap.8) W, B & P (2007: Cap.4)	-----
# 7	04 Novº	<i>Franchising</i> Outros Modos Contratuais	W, B& P (2007: Cap.3) W, B& P (2007: Caps.5, 6 e 7)	Body Shop
# 8	11 Novº	Alianças Estratégicas	W, B& P (2007: Cap.9)	Renault/ Nissan
# 9	18 Novº	Investimento Directo	W, B& P (2007: Cap. 10)	-----
# 10	25 Novº	Investimento Directo Estratégia de Gestão dos Modos de Operação.	W, B& P (2007: Cap. 10) W, B& P (2007: Caps. 11, 12 e 13) Benito, Petersen e Welch (2009)	Xerox and Fuji-Xerox
# 11	02 Dezº	Estratégia e Gestão Internacional.	Peng & Meyer (2011: Cap. 15) Plá & León (2004: Caps. 1 e 8)	Sogrape
# 12	09 Dezº	APRESENTAÇÃO DOS TRABALHOS DOS ALUNOS.		