

PERFIL DA INOVAÇÃO E DA INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS TRANSNACIONAIS

José Glauber Cavalcante dos Santos

Graduando em Ciências Contábeis da Universidade Federal do Ceará – UFC
jglauber_cont@hotmail.com (Brasil)

Alessandra Carvalho de Vasconcelos

Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC
Professora da Universidade Federal do Ceará – UFC
alegallon@terra.com.br (Brasil)

Márcia Martins Mendes De Luca

Doutora em Controladoria e Contabilidade pela Universidade de São Paulo – USP
Professora da Universidade Federal do Ceará – UFC
marciadeluca@ufc.br (Brasil)

RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo caracterizar empresas destacadamente transnacionais a partir de medidas que apontem o perfil de inovação e de internacionalização, considerando a *Resource-Based View* (RBV) como pressuposto teórico básico do estudo. Com base na literatura, considera-se que a inovação gera vantagem competitiva, proporcionando condições para a internacionalização. Trata-se de pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa, que reúne os dados de 27 empresas transnacionais, conforme os *rankings* da Fundação Dom Cabral de 2010 e 2011. Aplica-se a análise de conteúdo de dados coletados via Formulário de Referência, Notas Explicativas e Formulário Cadastral referentes ao exercício de 2010. Foram definidas oito variáveis como métricas, sendo quatro relacionadas à inovação empresarial (Grau de intangibilidade, Q de Tobin ajustado, Participação nos setores do Índice Brasil de Inovação (IBI) e Investimento em inovação) e quatro relacionadas à internacionalização (Unidades instaladas no exterior, Receita externa, Ações no exterior e Participação estrangeira no capital social). Os resultados apontaram que a inovação relaciona-se inversamente ao perfil de internacionalização, já que algumas empresas menos internacionalizadas apresentaram maiores volumes de investimentos em inovação.

Palavras-chave: Inovação; Internacionalização; RBV; Empresas transnacionais.

1 INTRODUÇÃO

A internacionalização é definida por Stal (2010) como a oportunidade que as empresas têm de alavancar seus retornos a partir da atuação em mercados externos, submetendo-se a padrões normativos internacionais que envolvem elaboração de produtos, absorção de estratégias de gestão, acessibilidade a novas tecnologias e outros. Ainda segundo a autora, a maior amplitude do mercado para a empresa desenvolver suas atividades possibilita o aumento e melhor direcionamento de recursos em pesquisa e desenvolvimento (P&D) e vantagens como experiências e novos conhecimentos, principalmente em mercados desenvolvidos.

De acordo com Macedo (2010), diversos fatores podem contribuir para acelerar o processo de internacionalização de uma empresa, destacando-se a busca por recursos naturais, maior eficiência e ativos estratégicos. Estes últimos estão associados aos ativos intangíveis, os quais favorecem a diferenciação das empresas no mercado (Kovacs, Moraes, & Oliveira, 2007; Suzigan, 2008; Teh, Kayo, & Kimura, 2008).

No atual cenário organizacional, prevalece a valorização dos recursos intangíveis (capital intelectual) como fonte de maximização do valor econômico da entidade e criação de vantagem competitiva contínua. As empresas direcionam cada vez mais recursos relacionados ao capital humano (Teh *et al.*, 2008), priorizando assim o conhecimento e vislumbrando o seu potencial inovativo e o de seus colaboradores. Os autores afirmam ainda que a inovação “gera vantagens competitivas sustentáveis que permitem erguer barreiras contra algumas das ameaças competitivas” (p. 88). Nesse ponto é notável a proximidade entre os temas inovação, ativo intangível e internacionalização, pois, segundo Stal (2010), Mais, Carvalho, Amal e Hoffmann (2010) e Boehe, Larentis, Toni e Mattia (2011), a inovação estratégica e produtiva, entre outras, é tida como objetivo das empresas em processo de internacionalização.

Como fatores motivacionais da internacionalização, a inovação proporciona vantagem competitiva, já que possibilita mais chances de sucesso no mercado externo (Stal, 2010). Portanto, a inovação pode agir como propulsora da entidade antes e depois do processo de internacionalização. Para Boehe *et al.* (2011), a partir da *Resource-Based View* (RBV), ou Visão Baseada em Recursos, a entrada no mercado internacional é constituída por dois componentes básicos: recursos e competências. Esta última se relaciona à propensão inovativa, aos ativos estratégicos de natureza intangível e à habilidade para participar de redes de relacionamento, ou *networks*.

Algumas discussões acadêmicas levaram à demonstração de que a internacionalização pode agregar potencial inovativo à empresa, o que gera resultados positivos (Mais *et al.*, 2010). Diante do

exposto, e observadas as pesquisas que abarcam o processo de internacionalização de empresas e ainda devido à importância da inovação como forma de diferenciação no mercado, surge a seguinte questão-problema: Qual o perfil da inovação e da internacionalização em empresas destacadamente transnacionais? A fim de responder a esse questionamento, constitui objetivo geral da presente pesquisa caracterizar empresas destacadamente transnacionais adotando como critério medidas de inovação e internacionalização. Neste estudo, foram consideradas as transnacionais participantes do *ranking* da Fundação Dom Cabral (FDC).

Em meio a essa discussão, este estudo se justifica porque embora a internacionalização tenha sido abordada em alguns estudos sob diferentes perspectivas, empreende-se discutir o relacionamento da atividade de inovação em empresas transnacionais mais e menos internacionalizadas, ainda pouco explorado. Dessa forma, a relevância deste estudo se dá a partir da análise entre as diferenças existentes empresas internacionalizadas, em virtude principalmente da inovação.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Inovação empresarial

O tema *inovação nas empresas* vem ganhando relevância nas discussões acadêmicas e vem sendo abordado sob múltiplos direcionamentos: inovação e sua difusão nas empresas (Cruz, 2007); inovação e sua influência no desempenho das empresas, inclusive geração de valor (Pacagnella, Porto, Kannebley, Silva, & Salgado, 2010); nível de inovação tecnológica (Romero, Rébora, & Camio, 2010); relação entre inovação e P&D (Castro, 2011; Gupta, 2011); e inovação e intangibilidade (Santos, Silva, Gallon, & De Luca, 2012). Em menor proporção alguns pesquisadores investigaram a inovação em relação ao processo de internacionalização das empresas (Stal, 2010; Mais *et al.*, 2010; Tumerelo, Santos, & Plonski, 2011) – estudos nacionais; Franco & Carvalho (2004); Filipescu (2006); Reynoso & Figueroa (2010) – estudos estrangeiros.

Cruz (2007) explica que a busca por vantagem competitiva deve ser permanente e que cada vez mais se atrela isso ao uso de ativos intangíveis vinculados à inovação. Segundo Pacagnella *et al.* (2010), a sobrevivência de uma empresa inserida em mercados altamente competitivos, como é o caso dos mercados internacionalizados, depende de uma estratégia que dê foco aos fatores relacionados à capacitação tecnológica, devido às frequentes mudanças do mercado.

Para Burlamarqui e Proença (2003), a cada ano as empresas mais se articulam em prol do desenvolvimento de estratégias que visam prioritariamente à inovação e à concorrência, o que

corroborar os pressupostos da RBV. Tumelero *et al.* (2011) estudaram a inovação tecnológica em 475 empresas intensivas em conhecimento técnico e científico. Os autores constataram que a inovação depende de recursos específicos do conhecimento e que empresas de alta tecnologia buscam esses recursos tanto interna quanto externamente, por meio de *networks*. Complementando, Cruz (2007) julga que a precariedade da rede de relacionamento implica redução da capacidade inovativa dos seus agentes.

Corroborando o exposto, Urban (2006) e Macedo (2010) entendem que, nas *networks*, benefícios como a inovação e a tecnologia são apropriados e usufruídos em conjunto pelas empresas que delas participam, gerando assim um crescimento recíproco. Bruni (2002) aponta que a proporção das exportações e importações em relação ao Produto Interno Bruto (PIB) e o ingresso e a saída de investimentos estrangeiros, quando associados à transferência de tecnologia, são indicadores relevantes para avaliação da interação global.

Em seu estudo meta-análise com amostra de mais de 6.000 pesquisas, Costa, Froehner, Marinho e Chu (2011) constataram que na última década foi crescente o número de publicações sobre os temas inovação e propriedade intelectual, este último sinônimo de recursos de natureza intangível, como marcas, patentes, direitos e transferência de tecnologia.

A pesquisa de Castro (2011) constatou a existência de uma correlação entre o desempenho inovador da empresa e a estruturação de atividades voltadas para a P&D, verificando que os produtos surgidos nesse processo têm importante participação no faturamento das empresas.

Para Cruz (2007), Gupta (2011) e Costa *et al.* (2011), os ativos intangíveis e a P&D podem ser considerados formas de inovação, podendo a inovação ser de produto, serviço e/ou de processo.

Observadas as sinalizações dos estudos mencionados, conjectura-se que a inovação destaca-se como forte aliada da organização no que tange à geração de vantagem competitiva, especialmente em empresas que operam em mercados internacionais, como aquelas objeto desta investigação.

Nessa perspectiva, Filipescu (2006), ao estabelecer a inovação como elo entre a sobrevivência da empresa em mercados internacionais e o seu fortalecimento competitivo, investigou, em um estudo multicaso com três empresas exportadoras espanholas, se havia reciprocidade entre o processo de internacionalização e a inovação. Os resultados mostraram que essas empresas, que já eram inovadoras, tinham propensão à internacionalização e que, na percepção dos gestores, da mesma forma, o processo de internacionalização influenciava positivamente a inovação.

Suzigan (2008) fortalece a relação entre internacionalização e inovação afirmando que o destaque de grandes empresas transnacionais em mercados externos está vinculado à posse de ativos estratégicos: marcas, patentes e canais de comercialização. Além disso, e corroborando Honório

(2009), Macedo (2010), Reynoso e Figueroa (2010), Mais *et al.* (2010) e Boehe *et al.* (2011), o direcionamento para as atividades de P&D, importantes no escopo da inovação empresarial, também é considerado imprescindível ao favorecimento da internacionalização.

2.2 INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Na literatura também são encontrados diversos estudos abordando, direta ou indiretamente, a internacionalização, mas que ainda de maneira tímida a aproximam da temática relacionada à inovação. No que tange à internacionalização, destacam-se os seguintes temas: motivações estratégicas do processo de internacionalização, investimento direto estrangeiro, evolução do grau de internacionalização, internacionalização como fonte de inovação e tecnologias, vantagem competitiva e a internacionalização, intangíveis e o processo de internacionalização (Fleury & Fleury, 2003; Franco & Carvalho, 2004; Galina, 2005; Hiratuka, 2005; Urban, 2006; Suzigan, 2008; Marques, Merlo, & Nagamo, 2009; Honório, 2009; Reynoso & Figueroa, 2010; Macedo, 2010; Costa, 2010; Mais *et al.*, 2010; Stal, 2010; Boehe *et al.*, 2011).

Carneiro e Dib (2007) consideram que um dos grandes desafios dos estudos da área dos negócios internacionais consiste justamente em entender os motivos que levam as empresas à internacionalização e identificar os produtos e atividades mais preteridos por elas em virtude desse processo. Fleury e Fleury (2003), Franco e Carvalho (2004), Galina (2005), Boehe (2007) e Honório (2009) concordam que os prováveis fatores que exercem influência junto à empresa, fazendo-as deslocar suas atividades para o exterior, são de caráter organizacional e estratégico. No que se refere ao caráter estratégico, este se vincula diretamente à atividade de inovação, pois está relacionado à busca por ativos estratégicos que não são facilmente replicáveis e, por consequência, proporcionam diferencial no mercado.

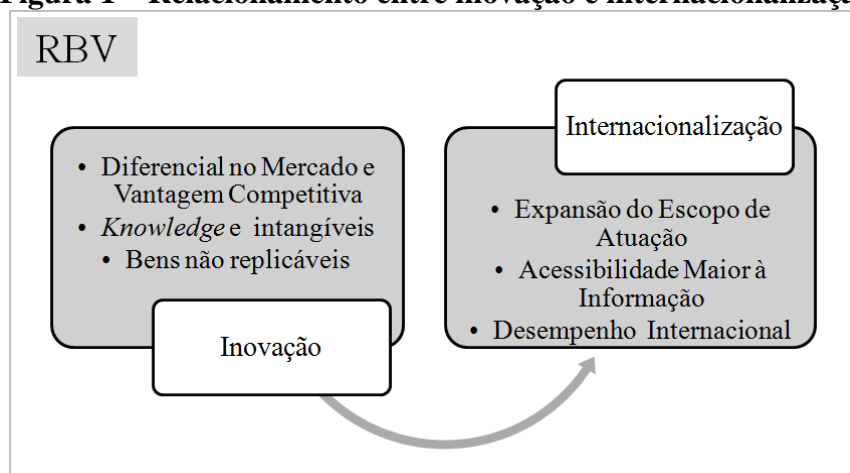
Costa (2010) e Stal (2010) afirmam que, dentre as motivações para a internacionalização, destacam-se as necessidades de recursos, mercados e ativos estratégicos, o que vem a corroborar o exposto anteriormente. Por outro lado, segundo Mais *et al.* (2010) e Boehe *et al.* (2011), o ingresso nas redes internacionalizadas também permite mais intercâmbio de ativos estratégicos entre as empresas participantes. Em outras palavras, Hiratuka (2005) afirma que quanto maiores forem a integração da empresa em rede e a sua participação em mercados estrangeiros, maior será o seu grau de internacionalização, e ainda mais facilmente ela irá compartilhar de benefícios da ação inovativa de outras empresas, incluindo suas tecnologias.

Em sentido oposto, Reynoso e Figueroa (2010) questionaram 56 gestores de pequenas e médias empresas mexicanas e constataram que a celeridade do processo de internacionalização não necessariamente se relaciona às empresas intensivas em inovação. Para esses autores, mesmo empresas não enquadradas no perfil inovador podem encontrar-se em acelerado processo de internacionalização simplesmente porque detêm o controle de ativos estratégicos.

A literatura apresenta diversas bases teóricas que se propõem a explicar o processo de internacionalização das empresas, destacando-se: Modelo Uppsala, Paradigma Eclético (OLI), RBV, Teoria das Redes (*Networks*), *Born Global*. Diante do foco da presente pesquisa, a RBV se apresenta como principal suporte teórico, pois, segundo Fleury e Fleury (2003) e Macedo (2010), ela relaciona a internacionalização das empresas a partir da apropriação de recursos singulares próprios e não facilmente replicáveis que gerem algum tipo de vantagem – ativos intangíveis. Suscita-se, assim, a necessidade de se verificar as afinidades entre a inovação e a internacionalização das empresas destacadas neste estudo.

A partir dos estudos empíricos mencionados, elaborou-se um *framework* a fim de se sistematizar os dois eixos temáticos desta pesquisa – inovação (ativos estratégicos), mencionada principalmente pela RBV, e internacionalização –, como apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Relacionamento entre inovação e internacionalização



Fonte: Elaborada pelos autores com base na revisão bibliográfica.

Visto que a inovação, relacionada ao uso de ativos estratégicos e/ou intangíveis, pode favorecer a internacionalização, intenciona-se nesta pesquisa examiná-la como característica da atuação das empresas em mercados externos, traçando-se, assim, seus perfis.

3 METODOLOGIA

Quanto aos fins, esta pesquisa é considerada descritiva, por investigar, pontualmente, a inovação e a internacionalização nas empresas mais transnacionais, segundo os *rankings* da FDC de 2010 e 2011. Quanto aos meios, trata-se de pesquisa documental, pois recorreu-se ao Formulário de Referência, ao Formulário Cadastral e às Demonstrações Financeiras Padronizadas – Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício e Notas Explicativas – das empresas, assim como as suas informações disponíveis no banco de dados Economática® (Gil, 1996). Quanto ao tratamento dos dados, a pesquisa se classifica como qualitativa, já que nesse tipo de estudo ocorre prioritariamente a preocupação com a descrição dos fatos, e não com a sua quantificação (Martins & Theóphilo, 2007). Utilizou-se a análise de conteúdo ao Formulário de Referência, ao Formulário Cadastral e às Notas Explicativas de 2010. Segundo Gil (1996, p. 84), “esta técnica possibilita a descrição do conteúdo manifesto e latente das comunicações”.

A população do estudo compreende todas as empresas elencadas nos *rankings* das transnacionais brasileiras da FDC de 2010 (40 empresas) e 2011 (46 empresas). Para a formação da amostra, adotou-se como requisito a participação em um dos dois *rankings* da FDC. Visando à acessibilidade dos dados, procurou-se excluir do estudo as empresas que não eram listadas na BM&FBovespa na data da coleta (março/2012). Excluídas, pois, três empresas em virtude de indisponibilidade da variável valor de mercado, do patrimônio líquido negativo e da insignificância do ativo intangível, a amostra final ficou reduzida a 27 empresas.

Para a consecução do objetivo do estudo, foram selecionadas algumas medidas de inovação (Quadro 1) e de internacionalização (Quadro 2) indicadas pela literatura.

O Quadro 1 exhibe os indicadores selecionados para perfilar a inovação das empresas.

Indicador	Métrica	Suporte teórico
Grau de intangibilidade	Razão entre o valor de mercado e o valor do patrimônio líquido	Quanto maior o valor de mercado da empresa, maior a propensão a investir em inovação, considerada um importante ativo intangível, segundo Teh <i>et al.</i> (2008). Indicador aplicado nos estudos de Perez e Famá (2006), Fietz (2007) e Couto (2009)
Q de Tobin ajustado	Valor de mercado somado ao valor das dívidas sobre o valor do ativo total	Relaciona o valor de mercado da empresa ao custo para repor seus ativos físicos, fazendo uso exclusivo de variáveis contábeis, exceto o valor de mercado (Famá & Barros, 2000; Rossi, 2008; Couto, 2009); e, por consequência, guarda proximidade com as atividades relacionadas à inovação

Participação nos setores do Índice Brasil de Inovação (IBI)	Enquadramento nos grupos setoriais de inovação (alta, média-alta, média-baixa e baixa intensidade tecnológica)	O IBI apresenta os setores econômicos mais inovadores, considerando indicadores de atividade de inovação e P&D criados em parceria por Unicamp/Unicamp/Fapesp (Furtado, Quadros, Domingues, Camillo, Inácio, & Righetti, 2007) aplicado nos estudos de Quadros e Furtado (2007) e Rocha (2009)
Investimento em inovação	Razão entre ativos intangíveis de inovação e ativos intangíveis totais	Lev (2001) classifica os ativos intangíveis em desenhos organizacionais, recursos humanos e de inovação. Quanto maior a representatividade dos ativos de inovação frente aos ativos intangíveis totais, mais intensa a atividade de inovação na empresa

Quadro 1 – Indicadores relacionados à inovação empresarial

Fonte: Elaborado pelos autores com base na revisão bibliográfica.

O Quadro 2 exhibe os indicadores selecionados para perfilar a internacionalização das empresas.

Indicador	Métrica	Suporte teórico
Unidades instaladas no exterior	Todas as sedes, plantas industriais, escritórios, <i>joint ventures</i> e centros de operação e distribuição da empresa instalados no exterior	Segundo o Modelo Uppsala, o processo de internacionalização prevê a instalação de subsidiárias como último estágio da internacionalização (Macedo, 2010; Mais <i>et al.</i> , 2010). Quanto maior o número de unidades da empresa em países distintos, maior a sua internacionalização
Receita externa	Razão entre o valor das receitas externas e o valor da receita total	Uma elevada proporção de receitas externas sobre a receita total evidencia um deslocamento maior das atividades da empresa para o mercado internacional (Macedo, 2010; Reynoso & Figueroa, 2010), de acordo com a Born Global
Ações no exterior	Número de bolsas estrangeiras em que são negociadas ações da empresa	Segundo Bruni (2002), especificamente, a possibilidade de emissão de American Depositary Receipt (ADR) viabiliza um maior contato e a efetivação de transações de empresas no mercado de capitais dos EUA e dos demais países. Por esse motivo, depreende-se que quanto maior o número de bolsas estrangeiras em que se negociam ações da empresa, também maior é a sua internacionalização
Participação estrangeira no capital social	Número de acionistas estrangeiros com ações no capital social da empresa	A estrutura da concentração do capital da empresa na composição acionária pode vir a trazer implicações para a firma quanto aos interesses, desempenho, estratégias e prioridades. Quanto à origem do capital, ela pode ser estrangeira, familiar, estatal e/ou institucional (Santos, 2008). Para o Modelo Uppsala e para o Paradigma Eclético (OLI), a cultura e o conhecimento impactam a internacionalização da empresa

Quadro 2 – Indicadores relacionados à internacionalização

Fonte: Elaborado pelos autores com base na revisão bibliográfica.

A fim de se traçar os perfis da inovação e da internacionalização das empresas objeto de estudo, cabe evidenciar as fontes de coleta relacionadas aos indicadores e necessárias ao desenvolvimento desta pesquisa: i) grau de intangibilidade e Q de Tobin ajustado: Economática® e Balanço Patrimonial; ii) participação nos setores do IBI: classificação Pintec 2005; iii) investimento em inovação: Balanço Patrimonial e Notas Explicativas; iv) unidades instaladas no exterior: Formulário de Referência, itens 7.1, 7.2 e 7.3; v) receitas externas sobre receita total: Formulário de

Revista de Administração e Inovação, São Paulo, v. 10, n.1, p. 198-211, Jan./Mar. 2013.

Referência, item 7.6, e Demonstração do Resultado do Exercício; vi) ações no exterior: Formulário Cadastral; e vii) participação estrangeira no capital: Formulário de Referência, item 15.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 PERFIL DA INOVAÇÃO DAS EMPRESAS

a) Grau de intangibilidade e Q de Tobin ajustado

A Tabela 1 apresenta as duas primeiras variáveis que apontam a potencialidade inovativa das empresas – o grau de intangibilidade e o Q de Tobin ajustado –, por indicarem como se dá a presença de ativos intangíveis na sua composição patrimonial.

Tabela 1 – Empresas da amostra e respectivos Graus de intangibilidade e Q de Tobin ajustado

Empresa	Grau de intangibilidade	Q de Tobin ajustado
JBS S. A.	0,95	0,76
Gerdau S. A.	1,54	1,11
Marfrig Alimentos S. A.	0,82	0,63
Metalfrio Solutions S. A.	1,83	0,72
Suzano Papel e Celulose S. A.	0,68	0,60
Vale S. A.	2,36	1,52
Magnesita Refratários S. A.	1,19	0,82
Lupatech S. A.	4,99	1,34
Weg S. A.	3,82	1,83
BRF – Brasil Foods S. A.	1,75	1,09
Embraer S. A.	1,64	0,90
Marcopolo S. A.	3,07	1,10
Camargo Correa Desenv. Imobiliário S. A.	1,16	0,54
Tam S. A.	2,28	0,93
ALL América Latina Logística S. A.	2,70	1,31
Natura Cosméticos S. A.	16,34	6,58
Vulcabrás/Azaleia S. A.	3,77	1,46
Petrobras – Petróleo Brasileiro S. A.	1,22	0,97
Companhia Providência Indústria e Comércio	0,85	0,61
Minerva S. A.	1,34	0,64
Bematech S. A.	1,11	0,73
Ultrapar Participações S.A	2,72	1,27
Gol Linhas Aéreas Inteligentes S. A.	2,31	1,14
Randon S. A. Implementos e Participações	1,69	0,77
Tegma Gestão Logística S. A.	4,00	2,66
Cemig Geração e Transmissão S. A.	3,25	1,55
M. Dias Branco S. A. Ind. e Com. de Alimentos	2,54	1,98

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base nos dados da Tabela 1, nota-se que a amostra registra grau de intangibilidade médio correspondente a 2,66 e mediana 1,83. Isso indica empresas que, em geral, podem ser consideradas

potencialmente inovadoras, visto que a diferença entre o valor de mercado e o patrimônio líquido é atribuída aos ativos intangíveis, conforme reforça a literatura. Destaca-se a Natura Cosméticos S. A., que, com elevado valor de mercado, obteve o grau de intangibilidade 16,34, enquanto apenas quatro empresas (14,8%) apresentaram grau de intangibilidade abaixo de 1,00.

Resultados próximos dos apresentados neste estudo foram alcançados por Fietz (2007), que apontou grau de intangibilidade médio de 2,86 em uma amostra de 169 empresas com mais ações negociadas segundo o IBrX. Já Couto (2009) analisou as 120 empresas da BM&FBovespa, entre 2002 e 2009, encontrando valores bem superiores para empresas listadas no Novo Mercado (indo de 3,53 a 3,65). Tomando o grau de intangibilidade como indicador de inovação, Silva *et al.* (2011) encontraram valores oscilando de 1,88 a 2,84.

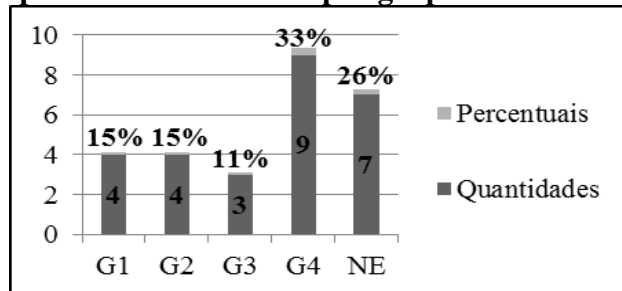
Com relação ao Q de Tobin ajustado, verifica-se na amostra em estudo uma média correspondente a 1,32 e mediana 1,09, esta última com elevada variabilidade, apontada pelo desvio-padrão 1,1612. Esses resultados apontam para a presença de empresas intensivas em ativos intangíveis, provavelmente em função do seu perfil inovador, conforme aponta a literatura. Entretanto, cabe registrar que em 13 empresas (48,1%), ou seja, praticamente a metade, o Q de Tobin ajustado não alcançou 1,00.

Rossi (2008) encontrou resultados distintos, pois com uma amostra compreendendo as 178 empresas listadas na BM&FBovespa entre 1996 e 2006, à exceção das financeiras, o Q de Tobin ajustado registrou média correspondente a 0,98 e mediana 0,89. De acordo com o autor, os resultados indicam que as empresas não demonstram dispor de oportunidades marginais de investimento. Logo, o mercado não as percebe como empresas voltadas para a inovação. Couto (2009) corrobora ao afirmar que o achado aponta o valor de mercado menor que o valor dos ativos físicos, e a ausência de ativos intangíveis.

b) Participação nos setores do IBI

A pesquisa adota a classificação setorial do IBI que apresenta as atividades econômicas ou setores de atuação das empresas no Brasil com maior intensidade tecnológica ou grau de inovação. Os grupos setoriais de inovação do IBI são enquadrados, por grau de intensidade tecnológica, como alta (Grupo 1 – G1), média-alta (Grupo 2 – G2), média-baixa (Grupo 3 – G3) ou baixa (Grupo 4 – G4), enumerados de 1 a 4, nessa sequência. A Figura 2 evidencia o enquadramento das empresas transnacionais objeto deste estudo nos grupos setoriais de inovação do IBI.

Figura 2 – Empresas transnacionais por grupo setorial do ranking do IBI



Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a Figura 2, das 27 empresas da amostra, 20 (74%) se distribuíram pelos quatro grupos de inovação do IBI, observados os respectivos setores de atuação, enquanto sete (26%) não se enquadraram em nenhum deles. Isso indica uma forte presença das empresas em atividades de inovação, já que apenas sete delas não atuam em setores considerados inovadores segundo o IBI. Cabe elucidar que das 20 empresas transnacionais participantes dos setores inovadores do IBI, oito (40%) pertencem aos grupos de alta (G1) e média-alta (G2) intensidade tecnológica, e correspondem a 30% da amostra, enquanto as outras 12 (60%) pertencem aos grupos de média-baixa (G3) e baixa (G4) intensidade tecnológica, o que corresponde a 44% da amostra. Dessa forma, apesar de potencialmente inovadora, a maioria das empresas transnacionais investigadas desempenha atividades de menor grau de intensidade tecnológica em conformidade com o *ranking* do IBI.

c) Investimento em inovação

A Tabela 2 exibe a variável *investimento em intangíveis de inovação*, correspondente à proporção do valor dos ativos intangíveis de inovação (Lev, 2001) sobre o valor dos ativos intangíveis totais, extraídos do Balanço Patrimonial e das Notas Explicativas das empresas de 2010.

Tabela 2 – Investimento em intangíveis de inovação, segundo a classificação de Lev (2001)

Empresa	Proporção (%)	Empresa	Proporção (%)	Empresa	Proporção (%)
JBS	95	BRF	96	Cia. Providência	74
Gerdau	87	Embraer	95	Minerva	99
Marfrig	65	Marcopolo	77	Bematech	99
Metalfrio	93	Camargo Correa	100	Ultrapar	94
Suzano	100	Tam	49	Gol	92
Vale	96	ALL	100	Randon	18
Magnesita	98	Natura	4	Tegma	99
Lupatech	99	Vulcabras/Azaleia	97	Cemig	99
Weg	84	Petrobras	98	M. Dias Branco	99

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base nos dados da Tabela 2, foi possível ainda calcular a média da amostra no que tange aos *investimentos em intangíveis de inovação* da ordem de 85%, assim como a mediana, correspondente a 96%, ratificando que nas empresas da amostra os ativos de inovação registram elevada proporção em relação aos intangíveis totais. Com efeito, em 19 das 27 empresas da amostra (70%) a variável alcançou proporções superiores a 90%, enquanto em 21 (77%) a variável atingiu proporções superiores a 80%. Vale ressaltar que em três empresas (Suzano, Camargo Corrêa e ALL) os intangíveis de inovação correspondem ao total dos ativos intangíveis. Atente-se para o desvio-padrão da medida, para essa amostra, que foi de 0,25.

Os dados da Tabela 2 revelam elevadas proporções de investimento em ativos intangíveis nas empresas da amostra, confirmando-se a suposição de que a busca por vantagem competitiva em mercados mais competitivos (internacionais) está relacionada ao uso de ativos estratégicos de natureza intangível. Destacam-se, assim, entre os ativos intangíveis de inovação das empresas transnacionais com evidenciação contábil, conforme observado nos respectivos documentos, os seguintes: marcas, patentes, direitos de uso/exploração, licenças de uso e intangíveis em desenvolvimento.

4.2 PERFIL DA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

a) Unidades instaladas no exterior

A quantidade de unidades instaladas no exterior é a primeira variável considerada para se traçar o seu perfil de internacionalização das 27 empresas da amostra, observados os parâmetros do Quadro 2. A Tabela 3 apresenta a distribuição quantitativa das unidades instaladas no exterior, por empresa, totalizando 233, assim como a sua distribuição proporcional em relação aos respectivos totais de unidades instaladas.

Tabela 3 – Distribuição quantitativa e proporcional das unidades instaladas no exterior, por empresa

Empresa	Quant.	Proporção (%)	Empresa	Quant.	Proporção (%)	Empresa	Quant.	Proporção (%)
JBS	16	6,9	BRF	18	7,7	Cia Providência	1	0,4
Gerdau	13	5,6	Embraer	10	4,3	Minerva	8	3,4
Marfrig	20	8,6	Marcopolo	11	4,7	Bematech	0	0,0
Metalfrio	5	2,1	Camargo Correa	0	0,0	Ultrapar	4	1,7
Suzano	5	2,1	Tam	2	0,9	Gol	0	0,0
Vale	34	14,6	ALL	1	0,4	Randon	8	3,4
Magnesita	15	6,4	Natura	6	2,6	Tegma	1	0,4

Lupatech	5	2,1	Vulcabrás/Azaleia	5	2,1	Cemig	0	0,0
Weg	16	6,9	Petrobras	28	12,0	M. Dias Branco	1	0,4

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a Tabela 3, as 27 empresas da amostra registraram em 2010 um número considerável de unidades instaladas no exterior, assinalando média correspondente a 8,6 por empresa. Apesar disso, o desvio-padrão de 8,92 indica uma má distribuição da variável entre as empresas. Com efeito, enquanto oito empresas, ou seja, quase um terço (30%), possuem uma ou nenhuma unidade instalada no exterior, e 14, isto é, mais da metade (51%) possuem até cinco unidades. Ratificando o exposto, as empresas Vale (34), Petrobras (28), Marfrig (20), BRF (18), JBS (16) e Weg (16) reúnem 132 unidades instaladas no exterior, o que corresponde a 57% do total da amostra. Resultados semelhantes foram encontrados por Marques *et al.* (2009), que, ao investigar a internacionalização de franquias, constataram que, das empresas internacionalizadas, 64% possuíam, individualmente, até cinco lojas no exterior, enquanto apenas 27% tinham mais de 20.

Quanto à área geográfica de atuação das empresas, notou-se a presença das unidades em todos os continentes, com destaque para a América do Sul, com 64 representantes (27%), a Europa, com 53 (23%) e Ásia, com 52 (22%). Mais *et al.* (2010) também encontraram grande diversidade de mercados ao pesquisar o papel de inserção em redes na internacionalização de três empresas, dentre os quais os Estados Unidos, a China, a Rússia, Angola e a Índia, também encontrados nesta pesquisa. Os resultados reforçam os pressupostos do Modelo Uppsala e do Paradigma Eclético (OLI), em que a proximidade cultural e territorial são fatores bastante significativos quando da decisão de atuar fora do país-sede (Carneiro & Dib, 2007), o que pode explicar o destaque da área de atuação sul-americana. A predominância da América do Sul também foi apontada em Urban (2006), Marques *et al.* (2009) e Macedo (2010).

b) Receita externa

A segunda variável de internacionalização é exposta pela relação entre o valor das exportações totais da empresa em 2010 e a receita total então auferida, conforme apresenta a Tabela 4, já que para Macedo (2010, p. 44) “um dos indicadores da importância da internacionalização para a firma é o peso das exportações no seu volume de vendas”.

Tabela 4 – Participação proporcional da receita externa na receita total nas empresas da amostra

Empresa	Proporção (%)	Empresa	Proporção (%)	Empresa	Proporção (%)
JBS	86	BRF	41	Cia. Providência	45
Gerdau	60	Embraer	87	Minerva	70
Marfrig	43	Marcopolo	18	Bematech	7
Metalfrio	43	Camargo Correa	0	Ultrapar	1
Suzano	58	Tam	0	Gol	6
Vale	83	ALL	6	Randon	6
Magnesita	53	Natura	7	Tegma	0
Lupatech	25	Vulcabrás/Azaleia	11	Cemig	0
Weg	34	Petrobras	22	M. Dias Branco	0

Fonte: Dados da pesquisa.

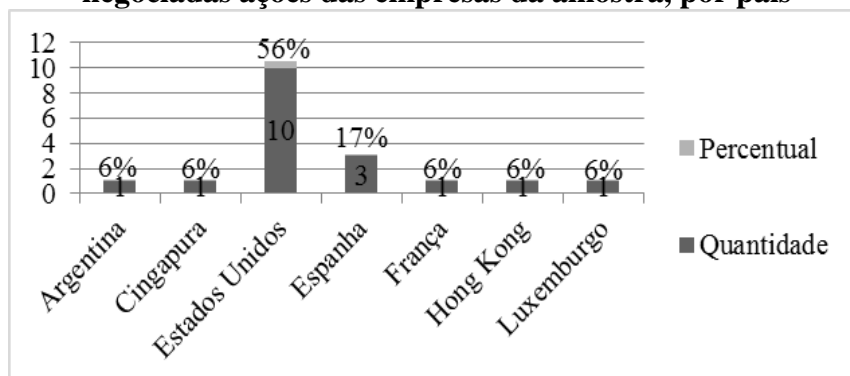
Conforme exibe a Tabela 4, apesar de as empresas da amostra serem consideradas transnacionais pelo *ranking* da FDC, somente sete delas (26%) apresentaram receita externa superior a 50% da receita total: Embraer, JBS, Vale, Minerva, Gerdau, Suzano e Magnesita. Resultados diferentes foram encontrados por Macedo (2010), ao constatar que 32% das 79 empresas pesquisadas apresentaram dependência igual ou superior a 75%. Ressalte-se, ainda, que cinco das 27 empresas analisadas no presente estudo não revelaram exportações, contrapondo, nesses casos, a relevância desse fator como medida de internacionalização.

Com relação ao destino das exportações das empresas pesquisadas, constatou-se que a América do Norte e a América Central concentram quase 37% do total, sendo, portanto, o maior mercado consumidor. Já a América do Sul, apesar das vantagens de localização e cultura referidas no Paradigma Eclético e no Modelo Uppsala, alcançou apenas 4,65% das exportações das empresas da amostra. Com resultado divergente, Macedo (2010) aponta em sua pesquisa que a “proximidade cultural, linguística e territorial” foi considerada um dos principais critérios na escolha do mercado para exportar.

c) Ações no exterior e participação estrangeira no capital social

Verificou-se, como mostra a Figura 3, que a maioria das empresas transnacionais pesquisadas não negocia suas ações em bolsas de valores estrangeiras, ou seja, não utilizam o mercado de capitais de outros países como forma de captação de recursos.

Figura 3 – Distribuição quantitativa e proporcional das bolsas estrangeiras em que são negociadas ações das empresas da amostra, por país



Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a Figura 3, somente as ações de 10 empresas da amostra (37%) são negociadas em bolsas de valores estrangeiras. Em se tratando de preferências de mercados para negociação de títulos, houve participação em bolsas de valores de sete países estrangeiros. Todas as 10 empresas registram ações negociadas na bolsa de Nova York, destacando-se os EUA com significativo volume de importações oriundas das empresas da amostra.

A última variável de internacionalização diz respeito à participação de acionistas estrangeiros na composição acionária das empresas, e como se dá a manutenção do controle da entidade por esses investidores estrangeiros. A Tabela 5 apresenta, em ordem decrescente de valores, as proporções de participação estrangeira no capital social das 13 empresas da amostra nessa condição, especificando em cada caso se o acionista estrangeiro exerce o controle da gestão da empresa.

Tabela 5 – Distribuição proporcional da participação estrangeira no capital social das empresas da amostra nessa condição

Empresa	Participação estrangeira (%)	Acionista controlador
Magnesita Refratários S. A.	37,56	Sim
Embraer S. A.	20,57	Não
Ultrapar Participações S. A.	19,85	Não
ALL América Latina Logística S. A.	17,24	Sim
Marcopolo S. A.	12,84	Não
Marfrig Alimentos S. A.	10,82	Não
Companhia Providência Indústria e Comércio	9,76	Sim
Gol Linhas Aéreas Inteligentes S. A.	8,16	Não
Natura Cosméticos S. A.	5,00	Não
Tam S. A.	4,10	Não
Suzano Papel e Celulose S. A.	4,00	Não
Petrobras Petróleo Brasileiro S. A.	2,15	Não
Vale S. A.	2,00	Não

Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo a Tabela 5, da totalidade de empresas pesquisadas, 13 (48,15%) apresentaram em seu portfólio acionário pelo menos um investidor estrangeiro em 31/12/2010. Nota-se que não há uniformidade na participação de acionistas estrangeiros nas citadas empresas, a qual oscila entre 37,56% e 2,00%. Quanto ao controle, apenas três empresas têm o acionista estrangeiro como controlador. A participação de acionistas do exterior atinge uma proporção média correspondente a 11,85% do capital social. Segundo Santos (2008), a concentração e o controle acionário das empresas podem gerar graves conflitos, principalmente em países de sistema jurídico *code law*, como o Brasil.

Foram identificados apenas nove países de origem diferente para os 24 acionistas estrangeiros das 13 citadas empresas, com destaque para os EUA (com 13 investidores, compreendendo 54% dos estrangeiros totais). Na composição acionária das 13 citadas empresas destacou-se a presença de países e mercados desenvolvidos em proporção bem superior à dos países em desenvolvimento.

4.3 SÍNTESE DOS RESULTADOS

Em geral, o Grau de intangibilidade e o Q de Tobin ajustado se apresentaram com favoráveis indícios de inovação. Saliente-se que o valor de mercado, por compor as duas variáveis, provavelmente impactou esse alinhamento. A participação nos setores do IBI apontou, com 74%, a maioria das empresas em grupos setoriais considerados inovadores, apesar de 60% dessas empresas atuarem em setores de média-baixa ou baixa intensidade tecnológica. Pode-se afirmar então que o investimento em inovação converge com os resultados gerais do Grau de intangibilidade e do Q de Tobin ajustado e diverge da participação nos setores do IBI. Com média de 85%, segundo a classificação de Lev (2001), os ativos intangíveis de inovação mais presentes nas empresas transnacionais são: marcas, patentes, direitos de uso e licenças e intangíveis em desenvolvimento.

Quanto à internacionalização, constatou-se que 48% das empresas possuem entre oito e 34 unidades instaladas no exterior e que 85,7% dessas empresas apresentam receita externa superior a 50% da receita total, o que pode apontar para o relacionamento entre o número de unidades estabelecidas em países estrangeiros e o respectivo volume de exportações. Constatou-se também que as ações de 37% das empresas transnacionais são negociadas em, pelo menos, uma bolsa estrangeira e que 46,2% das empresas com acionista estrangeiro na composição do capital social também têm ações transacionadas em bolsas estrangeiras. Cabe destacar que em mais da metade das empresas com ações em poder de estrangeiros a proporção por empresa não chegou a alcançar 10% do capital social, e que somente três empresas eram controladas por investidores estrangeiros.

Em uma análise geral, apenas nove empresas destacaram-se nas medidas de inovação investigadas na pesquisa, e dessas apenas a Vale obteve bons resultados para a internacionalização. Esses resultados refutam as constatações de Filipescu (2006), Reynoso e Figueroa (2010) e os pressupostos da RBV, que apontam uma relação direta entre os recursos estratégicos ligados à inovação e a internacionalização; mas, por outro lado, corroboram os resultados do trabalho de Kovacs *et al.* (2007).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve por objetivo caracterizar empresas destacadamente transnacionais, adotando-se como critério um conjunto de medidas que apontam o perfil de inovação e de internacionalização, considerando a RBV como pressuposto teórico básico do estudo. Para tanto, no estudo descritivo foram selecionadas oito variáveis para analisar a inovação e a internacionalização das empresas brasileiras mais transnacionais segundo os *rankings* da FDC de 2010 e 2011.

Quanto aos resultados, as variáveis Grau de intangibilidade e Q de Tobin ajustado, em geral, dispuseram valores que demonstram empresas consideradas potencialmente inovadoras. A participação nos setores do IBI indicou que a maior parte das empresas pertence aos grupos setoriais considerados intensivos em uso de tecnologia, mas com predominância de empresas nos grupos de média-baixa e baixa intensidade tecnológica. Os investimentos em ativos intangíveis de inovação (Lev, 2011) ratificaram os resultados indicados pelo Grau de intangibilidade e pelo Q de Tobin ajustado. Em conformidade com as recomendações da literatura, foi possível observar o direcionamento de recursos das empresas transnacionais pesquisadas em ativos que agregam distinção de produto, serviços e/ou processos, provavelmente como fator de diferenciação no mercado, devido à acirrada competição no âmbito internacional.

No tocante às quatro variáveis de internacionalização, notou-se, de maneira geral, que as unidades instaladas no exterior apontaram forte atuação no mercado externo, em diversos continentes. Dados com menor expressividade foram observados em relação à participação da receita externa na receita total ou ao percentual de exportações das empresas. Constatou-se que 37% das empresas têm ações negociadas em bolsas de valores estrangeiras, com predominância da Bolsa de Nova York (Nyse), e que em 48,15% das empresas há investimento estrangeiro na composição do capital social, com predominância de investidores dos EUA.

Por fim, pôde-se perceber que as empresas com melhores resultados das variáveis de inovação não chegaram a obter os melhores resultados das variáveis de internacionalização, o que refuta as

indicações dos estudiosos sobre o tema. Entretanto, cabe advertir que, segundo a literatura, as empresas que iniciaram ou que pretendem iniciar suas atividades no mercado externo tendem a investir em inovação mais do que aquelas já consolidadas no exterior, visto que a necessidade de aglutinar vantagem competitiva e diferencial é primordial à sua sobrevivência e continuidade. Empresas sólidas podem entender que desempenham atividade de inovação suficiente e já conquistaram “espaço” em seu escopo de atuação, deixando de investir nesse segmento. Essas afirmações podem sugerir que as empresas transnacionais brasileiras pesquisadas já se encontram consolidadas nos mercados internacionais.

Ressalte-se que o presente estudo se faz pertinente no âmbito das pesquisas acadêmicas envolvendo conjuntamente a inovação e a internacionalização, temas que ainda carecem de discussão. Para futuras pesquisas, sugere-se a ampliação do número de variáveis de estudo e também das empresas componentes da base amostral, se associados à abordagem quantitativa, a fim de fortalecer indícios apontados neste embrionário estudo qualitativo. Com interesse na verificação do comportamento e análise da evolução dos dados das empresas, sugere-se também a ampliação do intervalo temporal, como forma de viabilizar o desenvolvimento de futuras investigações sobre as temáticas.

REFERÊNCIAS

- Boehe, D. M. (2007). Os papéis de subsidiárias brasileiras na estratégia de inovação de empresas multinacionais estrangeiras. *Revista Eletrônica de Administração*, 42(1), 5-18.
- Boehe, D. M., Larentis, F., Toni, D. D., & Mattia, A. A. (2011). Papel das relações interorganizacionais e da capacidade de inovação na propensão para exportar. *Revista Eletrônica de Administração*, 17(1), 87-117.
- Bruni, A. L. (2002). *Globalização financeira, eficiência informacional e custo de capital: uma análise das emissões de ADR's brasileiros no período de 1992-2001*. Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Burlamaqui, L., & Proença, A. (2003). Inovação, recursos e comprometimento: em direção a uma teoria estratégica da firma. *Revista Brasileira de Inovação*, 2(1), 79-110.

- Carneiro, J., & Dib, L. A. (2007). Avaliação comparativa do escopo descritivo e explanatório dos principais modelos de internacionalização de empresas. *INTRENEXT – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, 2(1), 1-25.
- Castro, B. H. R. (2011). Influência da estruturação de departamentos de P&D na inovação: um estudo na indústria de máquinas e implementos agrícolas no Brasil. *Revista de Administração e Inovação*, 8(1), 196-220.
- Costa, R. M., Froehner, J., Marinho, B. L., & Chu, C. L. (2011, setembro). Intersecção entre inovação e propriedade intelectual: uma análise bibliométrica. *Anais do Seminários em Administração – SEMEAD*, São Paulo, SP, Brasil, 14.
- Costa, T. J. S. G. (2010). *A velocidade de internacionalização das empresas portuguesas via e-commerce – estudo exploratório*. Dissertação de mestrado, Universidade do Porto, Porto, Portugal.
- Couto, P. B. (2009). *Ativos intangíveis e o desempenho econômico das empresas do novo mercado*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil.
- Cruz, A. G. (2007). *Adoção e difusão de inovação no estado do Pará: uma análise a partir do sistema regional de inovação (1995-2006)*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Pará, Belém, PA, Brasil.
- Famá, R., & Barros, L. A. B. C. (2000). *Q de Tobin e seu uso em finanças: aspectos metodológicos e conceituais*. *Caderno de Pesquisas em Administração*, 7(4), 27-43.
- Fietz, E. E. Z. (2007). *Estudo do grau de intangibilidade por meio das informações contábeis: uma análise das empresas S/A de capital aberto constantes do índice IBRX – índice Brasil*. Dissertação de mestrado, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, Brasil.
- Filipescu, D. A. (2006). Innovation and internationalization – a focus on exporting firms. *Advances in International Marketing*, 20, 125-154. Recuperado em 19 abril, 2012, de http://webs2002.uab.es/dep-economia-empresa/Jornadas/Papers/2006_11/IVJornadas_paper_DFilipescu.pdf

- Fleury, A. C. C., & Fleury, M. T. L. (2003). Estratégias competitivas e competências essenciais: perspectivas para a internacionalização da indústria no Brasil. *Revista Gestão & Produção*, 10(2), 129-144.
- Franco, E., & Carvalho, R. Q. (2004). Technological strategies of transnational corporations affiliates in Brazil. *Brazilian Administration Review*, 1(1), 16-33.
- Fundação Dom Cabral – FDC. (2010). *Ranking das transnacionais brasileiras 2010: repensando as estratégias globais*. (5ª ed.) São Paulo: Fundação Dom Cabral.
- _____. (2011). *Ranking das transnacionais brasileiras 2011: crescimento e gestão sustentável no exterior*. (6ª ed.) São Paulo: Fundação Dom Cabral.
- Furtado, A., Quadros, R., Domingues, S. A., Camillo, E., Inácio, E., Jr., & Righetti S. (2007). IBI – o ranking das empresas. *Revista Inovação Uniemp*, 3(3), 30-35.
- Galina, S. V. R. (2005). Internacionalização de atividades de P&D: participação de afiliadas brasileiras mensuradas por indicadores de C&T. *São Paulo em Perspectiva*, 19(2), 31-40.
- Gil, A. C. (1996). *Como elaborar projetos de pesquisa*. (3ª ed.) São Paulo: Atlas.
- Gupta, N. (2011). *Reflexo dos gastos em P&D e inovação no valor de mercado das empresas químicas brasileiras*. Dissertação de mestrado, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, Brasil.
- Hiratuka, C. (2005). Internacionalização de atividades de pesquisa e desenvolvimento das empresas transnacionais: análise da inserção das filiais brasileiras. *São Paulo em Perspectiva*, 19(1), 105-114.
- Honório, L. C. (2009). Determinantes organizacionais e estratégicos do grau de internacionalização de empresas brasileiras. *Revista de Administração de Empresas*, 49(2), 162-175.
- Kovacs, E. P., Moraes, W. F. A., & Oliveira, B. R. (2007). Um ensaio teórico sobre os conceitos-chave das teorias de internacionalização. *Revista de Gestão USP*, 14(esp.), 17-29.

- Lev, B. (2001). *Intangibles: management, measurement and reporting*. Washington: Brookings Institution Press.
- Macedo, M. F. A. T. (2010). *Estratégias de internacionalização das empresas da região norte de Portugal*. Dissertação de mestrado, Universidade do Porto, Porto, Portugal.
- Mais, I., Carvalho, L. C., Amal, M., & Hoffmann, M. G. (2010). Importância das redes nos processos de inovação e internacionalização de empresas de base tecnológica. *Revista de Administração e Inovação*, 7(1), 41-61.
- Marques, D. S. P., Merlo, E. M., & Nagamo, M. S. (2009). Uma análise sobre a internacionalização de franquias brasileiras. *Revista Eletrônica de Administração*, 15(1), 1-30.
- Martins, G. A., & Theóphilo, C. R. (2007). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. (6ª ed.) São Paulo: Atlas.
- Pacagnella, A. C., Jr., Porto, G. S., Kannebley, S., Jr., Silva, S. L., & Salgado, A. P., Jr. (2010). Influências do desempenho inovador no setor de bens de capital: uma análise na indústria paulista. *Revista Eletrônica de Administração*, 16(2), 52-75.
- Perez, M. M., & Famá, R. (2006). Ativos intangíveis e desempenho empresarial. *Revista Contabilidade e Finanças*, 1(40), 7-24.
- Quadros, R., & Furtado, A. (2007). Índice Brasil de Inovação: a próxima etapa. *Revista Inovação Uniemp*, 3(5), 26-27.
- Reynoso, C. F., & Figueroa, L. E. O. (2010). Intangible resources as a determinant of accelerated internationalization. *Global Journal of Business Research – GJBR*, 4(4), 95-105.
- Rocha, D. (2009). *Uma análise sobre o prêmio fornecido pelas patentes às firmas brasileiras*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, 2009.

- Romero, M. C., Rébora, A., & Camio, M. I. (2010). Un índice para “medir” el nivel de innovación tecnológica em empresas intensivas em el uso de tecnología. *Revista de Administração e Inovação*, 7(1), 3-20.
- Rossi, J. L., Jr. (2008). A utilização de derivativos agrega valor à firma? Um estudo de caso brasileiro. *Revista de Administração de Empresas*, 48(4), 94-107.
- Santos, R. F. C. (2008). *Perfil dos acionistas controladores das empresas brasileiras e suas implicações para a política de dividendos*. Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Santos, J. G. C., Silva, L. S., Gallon, A. V., & De Luca, M. M. M. (2012). Intangibilidade e inovação em empresas no Brasil. *Revista de Administração e Inovação*, 9(2), 197-221.
- Stal, E. (2010). Internacionalização de empresas brasileiras e o papel da inovação na construção de vantagens competitivas. *Revista de Administração e Inovação*, 7(3), 120-149.
- Suzigan, W. (2008). Empresas transacionais e internacionalização da P&D: elementos de organização industrial da economia da inovação. *Revista de Economia Política*, 28(2), 358-360.
- Teh, C. C., Kayo, E. K., & Kimura, H. (2008). Marcas patentes e criação de valor. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(1), 86-106.
- Tumerelo, A. C., Santos, S. A., & Plonski, G. A. (2011, setembro). Inovação tecnológica em empresas intensivas na utilização de conhecimento técnico e científico: um estudo a partir da visão baseada em recursos (RBV). *Anais do Seminários em Administração – SEMEAD*, São Paulo, SP, Brasil, 14.
- Urban, T. P. (2006). *O processo de internacionalização de uma multinacional brasileira*. Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

INNOVATION PROFILE AND INTERNATIONALIZATION PROFILE OF TRANSNATIONAL FIRMS

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and correlate the innovation profile and the internationalization profile of prominent transnational firms, based on the concept of Resource-Based View (RBV). According to the literature, innovation constitutes a competitive advantage and favors internationalization. Descriptive and qualitative, the study sampled 27 transnational firms from the 2010 and 2011 ranking of the Dom Cabral Foundation. Information collected from 2010 company reference forms, explanatory notes and registration forms was submitted to content analysis. The innovation profile was based on the parameters “level of intangibility”, “adjusted Tobin’s Q”, “participation in sectors in the Brazilian innovation Index (IBI)” and “investments in innovation”, whereas the internationalization profile was based on the parameters “branches in foreign countries”, “external revenues”, “stock in foreign markets” and “foreign investments in the firm’s social capital”. Contrary to expectations, innovation was found to be inversely correlated with internationalization since the least internationalized firms in the sample were those with the greatest investments in innovation.

Keywords: Innovation; Internationalization; RBV; Transnational firms.

Data do recebimento do artigo: 10/12/2012

Data do aceite de publicação: 01/03/2013