



Revista Pensamento Contemporâneo em Administração
ISSN: 1982-2596
jmoraes@id.uff.br
Universidade Federal Fluminense
Brasil

Henrique César Melo Ribeiro
RECURSOS ESTRATÉGICOS E INTERNACIONALIZAÇÃO NOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO
STRICTO SENSU DA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E TURISMO DO BRASIL
Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, vol. 18, núm. 2, 2024
Universidade Federal Fluminense
Rio de Janeiro, Brasil

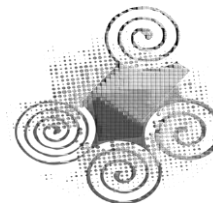
DOI: <https://doi.org/10.12712/rpca.v18i2.61847>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441780036008>

- ▶ [Cómo citar el artículo](#)
- ▶ [Número completo](#)
- ▶ [Más información del artículo](#)
- ▶ [Página de la revista en redalyc.org](#)

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia



RECURSOS ESTRATÉGICOS E INTERNACIONALIZAÇÃO NOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO STRICTO SENSU DA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E TURISMO DO BRASIL

STRATEGIC RESOURCES AND INTERNATIONALIZATION IN STRICTO SENSU GRADUATE PROGRAMS IN THE AREA OF ADMINISTRATION, ACCOUNTING SCIENCES AND TOURISM IN BRAZIL

Recebido em 06.02.2024 Aprovado em 10.07.2024

Avaliado pelo sistema double blind review

DOI: <https://doi.org/10.12712/rpca.v18i2.61847>

Henrique César Melo Ribeiro

hcmribeiro@gmail.com

Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Delta do Parnaíba (UFDPAr), Parnaíba/Piauí, Brasil
Center of Applied Research in Management and Economics (CARME)-Escola Superior de Tecnologia e Gestão
do Instituto Politécnico de Leiria - Leiria, Portugal

<https://orcid.org/0000-0002-0704-1812>

Resumo

O objetivo deste estudo foi identificar e analisar os recursos estratégicos mapeados e assimilados pelos programas de pós-graduação (PPGs) stricto sensu para um processo de internacionalização. Utilizou-se da análise fatorial, regressão linear e anova. Vislumbram quatro grupos de fatores que alicerçam e norteiam os recursos estratégicos importantes e decisivos para o processo de internacionalização dos PPGs: inovação e RH; pesquisa científica; experiência e parceria internacional; e marketing e marca. Os recursos estratégicos identificados e analisados nesta pesquisa, contribuem para que os PPGs possam ter uma maior ciência de quais recursos competitivos podem ser proeminentes para o processo de internacionalização.

Palavras-chave: Visão baseada em recursos. Internacionalização. Instituições de ensino superior. Programas de pós-graduação. Stricto sensu.

Abstract

The aim of this study was to identify and analyze the strategic resources mapped and assimilated by stricto sensu graduate programs (PPGs) for an internationalization process. Used factor analysis, linear regression and anova. Envision four groups of factors that support and guide the important and decisive strategic resources for the process of internationalization of PPGs: innovation and HR; scientific research; international experience and partnership; and marketing and branding. The strategic resources identified and analyzed in this research contribute so that PPGs can be more aware of which competitive resources can be prominent for the internationalization process.

Keywords: Resource-based view. Internationalization. Higher education institutions. Graduate programs. Stricto sensu.

Introdução

Pode-se entender que a Visão Baseada em Recursos (VBR) é uma teoria, que tem uma corrente de pensamento que se destaca no campo do conhecimento Estratégia (Lima, Serra, Soares & Lima, 2019; Ribeiro & Forte, 2020b), que realça o objetivo dos recursos na gestão das empresas para a eficácia das estratégias (Hamdoun, 2020), e, conseqüentemente, para a criação e construção de uma vantagem competitiva sustentável (Costa, Costa, Angelo & Moraes, 2018), contribuindo, a posteriori para uma provável internacionalização de uma organização (Seifert Jr & Machado-da-Silva, 2007; Piveta, Scherer, Carpes, Trindade, Rizzatti, & Santos, 2018), em diversos setores do mercado (Sukaatmadja, Yasa, Rahyuda, Setini & Dharmanegara, 2021), como por exemplo, as Empresas do Ensino Superior (Fernandes & Carvalho Machado, 2018; Carvalho & Araújo, 2020), em especial, aos Programas de Pós-Graduação – PPGs (Teixeira, Wanderley, Moraes & Sá, 2021) como os de *Stricto Sensu* (Ribeiro & Forte, 2019) de países emergentes (Winckler, Zen & Prevot, 2022).

Posto isto, compreende-se que o desenvolvimento de estratégias de internacionalização, exige das organizações vários fatores que as possam qualificar a atuar de maneira satisfatória em mercados estrangeiros (Piveta et al., 2018), e, os recursos estratégicos constituem-se num destes agentes (Winckler, Zen & Prevot, 2022), ou seja, a relação da VBR com a atividade de internacionalização de empresas se constitui por meio das contribuições relevantes que sua teoria fornece no entendimento e na compreensão da ação e da dinâmica da internacionalização (Piveta et al., 2018).

Logo, apesar da internacionalização se tornar cada vez mais importante para a academia nacional brasileira (Diniz, Oliveira, Favaretto & Brólio, 2019), e, da existência de estudos que focam no ensino superior e na internacionalização (Adel, Zeinhom & Mahrous, 2018), é necessário, a construção de novas pesquisas para se investigar as dinâmicas dos recursos internos (Venturini, 2021) e os aspectos que representam obstáculos ou impulsionadores para o processo de internacionalização das IES brasileiras (Andrade, Romani-Dias & Silva, 2021), particularmente dos PPGs *Stricto Sensu* (Neves, Lavarda & Martins, 2019).

Isto posto, por se conseguir observar que a *Resource-Based View* (RBV) tem um impacto importante, e, de maneira geral se consagra como um tema impulsionador em pesquisas com foco nas estratégias de internacionalização (Ferreira, Serra, Costa & Almeida, 2016), evidencia-se a questão de pesquisa que norteará este estudo: Quais são os recursos estratégicos mapeados e assimilados pelos programas de pós-graduação *stricto sensu* para um processo de internacionalização? E objetivo que alicerçou a referida pergunta: Identificar e analisar os recursos estratégicos mapeados e assimilados pelos programas de pós-graduação *stricto sensu* para um processo de internacionalização. Como hipótese o estudo realça: Os recursos estratégicos são essenciais para os programas de pós-graduação *stricto sensu* para um processo de internacionalização.

Justifica-se estudar os temas VBR e Internacionalização por estes serem assuntos já consolidados e legitimados na academia, e, ao mesmo tempo, temáticas que são atemporais, tornando-as contemporâneas na literatura científica da área de Estratégia, e, concomitantemente no campo do saber da Administração (Ribeiro, 2021). Em outras palavras, constata-se que a teoria da VBR vem ganhando cada vez mais espaço nas disciplinas e pesquisas em estratégia, estando entre as principais lentes teóricas utilizadas atualmente nos centros de pesquisa universitários em âmbito global (Barbosa da Silva, 2019; Carvalho, Prévot & Machado, 2014; Villar & Walter, 2015).

E, que, a internacionalização, é um fenômeno organizacional em constante desenvolvimento gerencial e teórico (Costa, Añez, Mol & Damasceno, 2017), ficando cada vez mais em relevo na academia brasileira na área de Administração e afins (Diniz et al., 2019), contudo, ainda emergente no ensino superior (Ribeiro, 2016; Romani-Dias, Biasoli, Carneiro & Barbosa, 2022), sobretudo em PPGs *Stricto Sensu* (Ribeiro & Forte, 2019; Andrade, Lobato, Maccari & Rogério, 2020). Com isso, este estudo ao possibilitar relacionar os referidos temas, criará a oportunidade de difundir e disseminar pesquisas sobre

os citados temas, possibilitando seu alargamento e robustecimento na literatura científica da área de Administração, Contabilidade e Turismo (Ribeiro, 2016).

Esta pesquisa relaciona duas abordagens, a RBV e a estratégia de internacionalização com a realidade atual das IES e dos seus PPGs Stricto Sensu. Deste modo, esta pesquisa, contribuirá para ensejar uma nova visão sobre como as IES, em especial, seus PPGs Stricto Sensu podem alargar, robustecer suas estratégias competitivas de inserção internacional (Ribeiro & Forte, 2019), por meio de seus recursos estratégicos (Ribeiro & Forte, 2020a; Winckler, Zen & Prevot, 2022), fazendo-os ter um papel competitivo diferenciado na gestão dos PPGs Stricto Sensu (Teixeira & Maccari, 2018), e, trazendo à tona conhecimentos teóricos e empíricos que envolvem estes dois fenômenos (RBV e Internacionalização) relacionados a educação superior (Neves & Barbosa, 2020), e, concomitantemente aos PPGs Stricto Sensu do Brasil.

Além disso, esta pesquisa faz surgir contribuições a cerca da área de gestão da educação superior para os acadêmicos/gestores/líderes que coordenam a atividades relacionadas com a administração dos processos de internacionalização em universidades (Lima, Serra, Soares & Lima, 2020), em especial nos PPGs Stricto Sensu (Andrade, Oliveira, Maccari & Hollnagel, 2018). Como também, este estudo colabora ao contemplar possíveis recursos estratégicos a serem vislumbrados nos PPGs Stricto Sensu com o objetivo de melhorar a qualidade no meio acadêmico e níveis gerenciais, sustentando assim um processo de melhoria contínua e, conseqüentemente para a busca da internacionalização. Em suma, este estudo contribui para a pesquisa em gestão contemporânea da educação superior, integrando a literatura da internacionalização e gestão estratégica, com foco nos recursos, e os impactos destes no processo de internacionalização dos PPGs Stricto Sensu (Adel, Zeinhom & Mahrous, 2018).

Visão Baseada em Recursos e Internacionalização

A área de estratégia empresarial busca entender e compreender por que certas organizações apresentam performance superior em relação às outras, e a VBR ajuda a explicar tal questionamento, devido a ser uma das principais correntes teóricas sobre vantagem competitividade (Laviniki, Laimer, Rodrigues & Marques, 2021), e, concomitantemente, uma abordagem considerada respeitada, legitimada e difundida na área das pesquisas científicas em estratégia competitiva (Vieira, Hoffmann, Silva Neto & Rangel, 2021), como por exemplo com foco na internacionalização de empresas (Ferreira et al., 2016).

Acadêmicos e suas respectivas pesquisas (Penrose, 1959; Lippman & Rumelt, 1982; Wernerfelt, 1984; Dierickx & Cool, 1989; Barney, 1991; Amit & Schoemaker, 1993; Peteraf, 1993) se destacam nos estudos sobre RBV (Ferreira et al., 2016), com realce a obra de Barney (1991), fazendo-a ser notável para identificar a Teoria da RBV (Moraes, Strehlau & Turolla, 2015), que é vista fundamentalmente como um conjunto de princípios que enfoca recursos valiosos, indo ao encontro de desempenhos admiráveis, que fogem da normalidade, ou pelo menos enfatiza posições relativamente defensáveis e sustentáveis ao longo de um determinado tempo (Hayashi, Ito, Gimenez & Pongeluppe, 2018), permitindo conceber, implementar, adotar e diversificar estratégias diferenciadas que possam a vir a melhorar a eficiência e a efetividade de uma determinada empresa, em termos gerenciais e de lucro (Munck & Galleli, 2015; Serra, 2019).

Reitera-se também que, “as características do que e como os recursos são utilizados é algo extremamente valioso para compreender essas estratégias” (Capalonga, Diehl & Zanini, 2014, p. 37), tais como as estratégias de internacionalização (Winckler, Zen & Prevot, 2022). De maneira geral é possível entender e, também compreender que a teoria da RBV ajuda na gestão das empresas (Hamdoun, 2020), dentre elas, as do ramo de educação superior, (Fernandes & Carvalho Machado, 2018), permitindo com isso conceber e elaborar estratégias diferenciadas que possam vir a influenciar na dinâmica na criação de vantagem competitiva nestas instituições, como é o caso das estratégias de internacionalização, influenciando, sobretudo nos PPGs Stricto Sensu (Andrade et al., 2020).

Diante do exposto, é possível perceber e conceber a importância que os recursos estratégicos têm nas organizações (Carvalho, Prévot & Machado, 2014), em especial no realçando os temas estratégia competitiva e internacionalização (Ferreira et al., 2016), com relevo para o desenvolvimento no contexto educacional superior (Klarin, Inkizhinov, Nazarov & Gorenskaia, 2021), na administração dos PPGs *Stricto Sensu* (Teixeira & Maccari, 2018), alicerçando-os nas estratégias de internacionalização destes (Ribeiro & Forte, 2019; Andrade et al., 2020; Teixeira et al., 2021; Winckler, Zen & Prevot, 2022). Com isso, pressupõe-se que a teoria da RBV poderá apoiar o processo de internacionalização dos PPGs das universidades na concepção e elaboração de estratégias que permitirão a elas utilizarem seus recursos estratégicos de forma eficaz, especialmente aqueles alocados para a pós-graduação *stricto sensu* (Andrade et al., 2020).

Logo, as teorias de internacionalização são essenciais na análise da expansão internacional de uma determinada organização, sendo categorizadas em comportamentais: Modelo de Uppsala, Networks, Escola Nórdica; e econômicas: Internalização, Custos de Transação, Paradigma Eclético, Poder de Mercado, Ciclo do Produto, Vantagem Competitiva e VBR; (Kovacs, Moraes & Oliveira, 2011; Moraes, Strehlau & Turolla, 2015). Sendo que na perspectiva econômica, estudos científicos nacionais e internacionais que versam sobre internacionalização de empresas a partir da VBR se destacam (Ferreira et al., 2016), ratificando a aderência da VBR com as estratégias de internacionalização (Winckler, Zen & Prevot, 2022) em diversos ramos de atividade e porte empresarial (Ribeiro, 2016).

O tema da estratégia da internacionalização nas universidades vem passando a fazer parte, no Brasil, da agenda das lideranças acadêmicas em IES públicas e privadas (Baeta Neves & Barbosa, 2020), em especial dos PPGs, que se estabelece em um dos principais desígnios do Sistema Nacional de Pós-Graduação (Patrus, 2018; Neves, Lavarda & Martins, 2019). Posto isto, um desafio relevante para os PPGs *stricto sensu* na área de Administração, Contabilidade e Turismo diz respeito ao aperfeiçoamento de uma mentalidade global nos professores e alunos, estimulando sua internacionalização (Nossa, 2022; Rejowski, Ferro & Sogayar, 2022).

Fato este corroborado no estudo de Neves, Lavarda e Martins (2019) ao constatarem que as práticas de internacionalização dos PPGs se delineiam e se estabelecem, sobretudo, a partir de iniciativas dos docentes vinculados a estes PPGs, mediante suas respectivas ações rotineiras e de suas redes de colaboração. Outro fato observado no processo de internacionalização dos PPGs é a naturalidade desenvolvida nestes programas, não havendo a adoção e implementação de estratégias específicas pelas coordenações dos PPGs para o aperfeiçoamento da internacionalização, nem o estabelecimento de diretrizes por graus hierárquicos superiores dentro da IES a qual o PPG se vincula. Não podendo excluir o papel da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) como propulsora de estratégias e políticas de internacionalização nos PPGs *stricto sensu* no Brasil (Diniz, Favaretto, Oliveira & Brólio, 2017; Neves, Lavarda & Martins, 2019; Ribeiro & Forte, 2019; Magnin, Faria, Penteadó & Takahashi, 2020).

De maneira geral, observa-se que a internacionalização é um dos focos de atenção dos gestores universitários de IES (Belfort, Teixeira, Maccari, Ferreira & Martens, 2019), e, uma postura estratégica preponderante para aferir o desempenho das IES não somente no que tange a sua grade curricular, dependendo do seu curso, mas também, no tocante a proliferação, disseminação e socialização da pesquisa científica (Aragão, Martins & Barzotto, 2019; Vilela, Cavalcanti, Freitas & Carrieri, 2021), retratando assim as iniciativas dos professores, pesquisadores e discentes dos PPGs *Stricto Sensu* (Klarin et al., 2021).

Procedimentos metodológicos

O objetivo deste estudo foi identificar e analisar os recursos estratégicos mapeados e assimilados pelos programas de pós-graduação *stricto sensu* para um processo de internacionalização. Para isso utilizou-se do estudo multimétodo que combina métodos e técnicas quantitativas que se curvam sobre a

aferição, e as abordagens qualitativas que avançam na interpretação dos fenômenos (Demo, Lima, Scussel, Miranda & Moreno, 2021).

A amostra dos Programas Stricto Sensu das Instituições de Ensino Superior Públicas e Privadas do Brasil da Área de Administração para se realizar este estudo foi feita por acessibilidade. A amostra foi composta pelos Programas Associados a ANPAD, composto pela população de 105 programas (Anpad, 2022). Posto isto, a referida pesquisa enfocou três etapas: uma Revisão Sistemática da Literatura (Tranfield, Denyer & Smart, 2003), em seguida é realizada uma pesquisa exploratória com entrevistas com especialistas nos PPGs Stricto Sensu (Ribeiro & Forte, 2019), e, por fim, uma abordagem quantitativa utilizando-se de um questionário estruturado, fechado, autopreenchível, composto por 27 assertivas acopladas a uma escala do tipo Likert de cinco pontos, com intensidade variando de discordância total à concordância total (Nassif & Hanashiro, 2002).

A Revisão Sistemática da Literatura foi utilizada na primeira etapa desta pesquisa para explorar, descobrir e desenvolver uma discussão em torno da questão de pesquisa deste estudo (Winckler, Zen & Prevot, 2022). A Revisão Sistemática da Literatura foi alicerçada e norteada pelo protocolo de pesquisa de Tranfield, Denyer e Smart (2003). A coleta de dados se deu em estudos divulgados on-line, nas plataformas Web of Science, pois a citada está entre os indexadores mais utilizados pela comunidade científica internacional (Rosa & Romani-Dias, 2019) e nacional (Ribeiro & Corrêa, 2022).

Na segunda etapa, realizou-se 3 (três) entrevistas, contemplando-se peritos no mercado da educação superior, especialmente tendo em consideração a PPG Stricto Sensu. As entrevistas ocorreram no primeiro semestre de 2022. A seleção dos entrevistados utilizou a técnica de bola de neve que versa sobre o acesso a populações específicas, ou seja, contemplando grupos minoritários que tem grande sensibilidade a um determinado tema (Pompeu & Souza, 2019; Winckler, Zen & Prevot, 2022), como é o caso do investigado nesta pesquisa. Com isso, enfatizou-se a escolha dos respondentes que já tivessem um nível acentuado de expertise no tocante a PPGs que estão no processo de internacionalização e, ou, que já possuem tal proeminência no mercado da educação superior no Brasil. A referida etapa foi concluída ao atingir um nível de saturação ou repetição nos recursos estratégicos apontados pelos especialistas nas respectivas entrevistas.

Ainda no que concebe as entrevistas, ressalta-se que o roteiro da entrevista (Figura 1) se inclinou sobre dois tópicos: (i) o processo de internacionalização dos PPGs Stricto Sensu brasileiros; e (ii) os recursos estratégicos mais importantes para o procedimento de internacionalização destes PPGs Stricto Sensu. O referido roteiro também se alicerçou pelos documentos da plataforma Sucupira da CAPES (2022), e, pelos estudos de: Seifert Jr e Machado-da-Silva (2007), Capalonga, Diehl e Zanini (2014), Petry, Roman, Pilatti, Demeterko e Oro (2017), Ferreira et al. (2021).

| Identificação dos recursos pelos PPGs <i>Stricto Sensu</i> para um processo de Internacionalização | |
|---|---|
| Recursos de Capital Físico | |
| 1 | Como a localização geográfica do PPG pode impactar no processo de internacionalização? |
| 2 | Como a qualidade e a oferta dos cursos oferecidos pelo PPG são importantes no processo de internacionalização? |
| 3 | Como a modalidade do curso ofertado pelo PPG (presencial, EaD) é uma condição positiva à internacionalização? |
| 4 | Como as disciplinas, mediante suas ementas, podem ser fatores condicionantes à internacionalização do PPG? |
| 5 | Como o Pós-Doutorado em âmbito internacional pode acelerar o processo de internacionalização do PPG? |
| 6 | Como os equipamentos usados no PPG têm um papel relevante no seu processo de internacionalização? |
| 7 | Como as Tecnologias da Informação e Comunicação têm um realce na internacionalização do PPG? |
| 8 | Como ocorre o envolvimento da produção científica no processo de internacionalização do PPG? |
| 9 | Como a coordenação do PPG, pode ser considerada um fator proeminente no processo de internacionalização? |
| 10 | Como ocorre o envolvimento dos docentes no processo de internacionalização do PPG? |
| 11 | Como os discentes são essenciais na busca da internacionalização do PPG? |
| 12 | Como os colaboradores são importantes no processo de busca da internacionalização do PPG? |
| Recursos de Capital Humano | |
| 13 | Como o trabalho em equipe traz benefícios ao processo de internacionalização do PPG? |
| 14 | Como a formação internacional docente pode vir a contribuir ao processo de internacionalização do PPG? |
| 15 | Como a capacitação internacional docente promove ganhos de resultado no processo de internacionalização do PPG? |
| 16 | Como o conhecimento técnico é fator condicionante ao processo de internacionalização do PPG? |
| 17 | Como o conhecimento científico é determinante ao processo de internacionalização do PPG? |
| 18 | Como as rotinas do dia-a-dia promovem benefícios ao processo de internacionalização do PPG? |
| 19 | Como a qualidade do ensino exerce influência no processo de internacionalização do PPG? |
| 20 | Como a qualidade das pesquisas é fator prioritário ao processo de internacionalização do PPG? |
| 21 | Como as parcerias, convênios (<i>networking</i>) entre PPG e, conseqüentemente o corpo docente pode ser fator proeminente ao processo de internacionalização? |
| 22 | Como os projetos de pesquisa com o tema internacionalização pode ser colaborativos ao processo de internacionalização do PPG? |
| Recursos de Capital Organizacional | |
| 23 | Como a reputação do PPG é importante no processo de sua internacionalização? |
| 24 | Como a <i>marketing</i> institucional pode ser um fator que condiciona o alcance da internacionalização do PPG? |
| 25 | Como a marca do PPG impacta no processo de internacionalização do PPG? |
| 26 | Como as estratégias de inovação promovida pelo PPG são relevantes ao processo de sua internacionalização? |
| 27 | Como as comunicações: interna e externa no PPG ajudam no processo de sua internacionalização? |

Figura 1: Roteiro da entrevista

Fonte: Adaptado de: Seifert Jr e Machado-da-Silva (2007), Capalonga, Diehl e Zanini (2014), Petry *et al.* (2017), CAPES (2022)

Salienta-se que o referido roteiro passou por um teste piloto (Aguilera, França, Moysés & Moysés, 2013), com um professor-pesquisador nativo de um PPGA *Stricto Sensu*, com experiência em pesquisa nos temas da VBR e Internacionalização. Ainda ressalva-se que as perguntas realizadas, e, que constam no roteiro iniciaram com “Como” para robustecer as interações dos respondentes (Campomar, 1991).

As entrevistas foram fundamentais para se mapear uma lista de recursos estratégicos que são assimilados pelos PPGs *Stricto Sensu* para o processo de internacionalização, e estes peritos (entrevistados) são sabedores de informações úteis, de observações e impressões importantes para estruturar os citados recursos estratégicos. Posto isto, uma listagem dos recursos estratégicos foi enviada, por meio de perguntas, utilizando uma survey (Figura 2) para professores/pesquisadores dos PPGs *Stricto Sensu* das áreas de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo

do Brasil para que respondessem quais recursos estratégicos são preponderantes para o processo de internacionalização destes PPGs? Salienta-se que, ao constituir-se de uma amostra intencional, os achados desta pesquisa não podem ser generalizadas (Nassif & Hanashiro, 2002).

| Identificação dos recursos pelos PPGs <i>Stricto Sensu</i> para um processo de Internacionalização | |
|---|---|
| Recursos de Capital Físico | |
| 1 | A localização geográfica do PPG impacta no processo de internacionalização. |
| 2 | A qualidade e a oferta dos cursos oferecidos pelo PPG são importantes no processo de internacionalização. |
| 3 | A oferta de cursos em EAD e o uso do EAD pelo PPG é uma condição positiva à internacionalização. |
| 4 | As disciplinas ministradas, sobretudo, em língua estrangeira, são fatores condicionantes à internacionalização do PPG. |
| 5 | O Pós-Doutorado, particularmente, em âmbito internacional, acelera o processo de internacionalização do PPG. |
| 6 | Os equipamentos usados no PPG têm um papel relevante no seu processo de internacionalização. |
| 7 | As Tecnologias da Informação e Comunicação têm um realce na internacionalização do PPG. |
| 8 | A qualidade da produção científica do PPG contribui para a internacionalização das pesquisas científicas, e, concomitantemente para o processo de internacionalização do PPG. |
| 9 | A coordenação é considerada um catalizador de esforços na direção da internacionalização do PPG. |
| 10 | As parcerias e as redes de pesquisa em âmbito internacional dos docentes, influenciam no processo de internacionalização do PPG. |
| 11 | A participação dos discentes em doutorado conhecido como “sanduíche” e em eventos no exterior, ajuda no processo de internacionalização do PPG. |
| 12 | Os colaboradores são importantes no processo de busca da internacionalização do PPG. |
| Recursos de Capital Humano | |
| 13 | O trabalho em equipe do docente traz benefícios ao processo de internacionalização do PPG. |
| 14 | A formação, experiência e vivência internacional docente contribui no processo de internacionalização do PPG. |
| 15 | A capacitação internacional docente promove ganhos de resultado no processo de internacionalização do PPG. |
| 16 | O conhecimento técnico do docente é fator condicionante ao processo de internacionalização do PPG. |
| 17 | O conhecimento científico do docente é determinante ao processo de internacionalização do PPG. |
| 18 | As rotinas do dia-a-dia do docente promovem benefícios ao processo de internacionalização do PPG. |
| 19 | A qualidade do ensino exerce papel fundamental no processo de internacionalização do PPG. |
| 20 | A qualidade das pesquisas científicas é fator prioritário e impulsionador no processo de internacionalização do PPG. |
| 21 | As parcerias, convênios (<i>networking</i>) entre PPGs e, conseqüentemente, o corpo docente, é fator fundamental no processo de internacionalização do PPG. |
| 22 | Os projetos de pesquisa são importantes no processo de internacionalização do PPG. |
| Recursos de Capital Organizacional | |
| 23 | A reputação do PPG é importante no processo de sua internacionalização. |
| 24 | O <i>marketing</i> institucional é fator que auxilia no alcance da internacionalização do PPG. |
| 25 | A marca do PPG impacta no processo de internacionalização do PPG. |
| 26 | As estratégias de inovação, se bem definidas e promovidas pelo PPG, são relevantes ao processo de sua internacionalização. |
| 27 | As comunicações: interna e externa no PPG, ajudam no processo de sua internacionalização. |

Figura 2: *Survey*

Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

Com isso, em relação à pertinência dos recursos estratégicos, os professores/pesquisadores aferiram em uma escala do tipo Likert de zero a cinco, em que (discordo totalmente; discordo; nem discordo, nem concordo; concordo; concordo totalmente). De maneira geral, os professores/pesquisadores focaram sobre a pertinência da ocorrência ou não de algum recurso estratégico para o processo de internacionalização dos PPGs *Stricto Sensu*. Ressalta-se que 130 questionários foram respondidos. Para a análise dos resultados, utilizou-se técnicas estatísticas múltiplas, ou seja análise fatorial (Dias, Silva & Macedo, 2019; Frizon, Eugênio & Falcão, 2022; Rogers, 2022), regressão linear e anova (Torrens, Amal & Tontini, 2014), mediante o software Statistic Package for Social Science (SPSS).

Apresentação e análise dos resultados

A referida seção abordará a análise e a discussão dos resultados do referido estudo, sendo esta subdividida em seis subseções, que são: (i) análise fatorial exploratória das escalas; (ii) análise fatorial confirmatória das escalas; e (iii) anova e regressão.

Foram usadas 27 perguntas para mensurar o grau de internacionalização dos programas de pós-graduação stricto sensu de acordo com seus recursos estratégicos, as quais podem ser vistas na Figura 3. Uma análise fatorial exploratória (AFE) com o método de rotação maximum likelihood e o procedimento de extração Oblimin (Rogers, 2022), uma vez que há correlação entre as variáveis, revelou quatro fatores para o resultado final.

A AFE teve um bom desempenho (RMSEA = .05; TLI = .84 e BIC = -864). O teste de esfericidade de Bartlett (Frizon, Eugénio & Falcão, 2022), foi significativo ($\chi^2 = 1271$; $df = 351$; $p < .05$). A média de adequação da amostra para AFE foi acima do sugerido, sendo 0,77. A combinação da variância com seu erro é definida como “uniqueness.” Nota-se que das 27 perguntas enfocadas nesta pesquisa, algumas não tiveram carga fatorial mínima para ser agrupada no fator (lambda abaixo de 0,30). Diante do exposto, manifesta-se que essas cinco questões foram excluídas como pode ser constatado na Figura 3.

| | Fator | | | | Singularidade |
|---|-------|-------|-------|-------|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 6 - Os equipamentos usados no PPG têm um papel relevante no seu processo de internacionalização. | 0.632 | | | | 0.589 |
| 12 - Os colaboradores são importantes no processo de busca da internacionalização do PPG. | 0.616 | | | | 0.621 |
| 26 - As estratégias de inovação, se bem definidas e promovidas pelo PPG, são relevantes ao processo de sua internacionalização. | 0.552 | | | | 0.558 |
| 7 - As Tecnologias da Informação e Comunicação têm um realce na internacionalização do PPG. | 0.54 | | | | 0.714 |
| 19 - A qualidade do ensino exerce papel fundamental no processo de internacionalização do PPG. | 0.524 | | | | 0.627 |
| 16 - O conhecimento técnico do docente é fator condicionante ao processo de internacionalização do PPG. | 0.504 | | | | 0.652 |
| 18 - As rotinas do dia-a-dia do docente promovem benefícios ao processo de internacionalização do PPG. | 0.498 | | | | 0.724 |
| 13 - O trabalho em equipe do docente traz benefícios ao processo de internacionalização do PPG. | 0.406 | | | | 0.627 |
| 20 - A qualidade das pesquisas científicas é fator prioritário e impulsionador no processo de internacionalização do PPG. | | 0.757 | | | 0.235 |
| 8 - A qualidade da produção científica do PPG contribui para a internacionalização das pesquisas científicas, e, concomitantemente para o processo de internacionalização do PPG. | | 0.756 | | | 0.36 |
| 23 - A reputação do PPG é importante no processo de sua internacionalização. | | 0.546 | | 0.467 | 0.465 |
| 22 - Os projetos de pesquisa são importantes no processo de internacionalização do PPG. | 0.337 | 0.491 | | | 0.469 |
| 17 - O conhecimento científico do docente é determinante ao processo de internacionalização do PPG. | | 0.406 | | | 0.632 |
| 1 - A localização geográfica do PPG impacta no processo de internacionalização. | | 0.318 | | | 0.885 |
| 3 - A oferta de cursos em EAD e o uso do EAD pelo PPG é uma condição positiva à internacionalização. | | | | | 0.895 |
| 9 - A coordenação é considerada um catalizador de esforços na direção da internacionalização do PPG. | | | | | 0.802 |
| 2 - A qualidade e a oferta dos cursos oferecidos pelo PPG são importantes no processo de internacionalização. | | | | | 0.957 |
| 14 - A formação, experiência e vivência internacional docente contribui no processo de internacionalização do PPG. | | | 0.731 | | 0.44 |
| 15 - A capacitação internacional docente promove ganhos de resultado no processo de internacionalização do PPG. | | | 0.662 | | 0.58 |
| 10 - As parcerias e as redes de pesquisa em âmbito internacional dos docentes, influenciam no processo de internacionalização do PPG. | | | 0.557 | | 0.587 |
| 11 - A participação dos discentes em doutorado conhecido como “sanduíche” e em eventos no exterior, ajuda no processo de internacionalização do PPG. | | | 0.555 | | 0.56 |
| 5 - O Pós-Doutorado, particularmente, em âmbito internacional, acelera o processo de internacionalização do PPG. | | | 0.394 | | 0.842 |
| 21 - As parcerias, convênios (<i>networking</i>) entre PPGs e, consequentemente, o corpo docente, é fator fundamental no processo de internacionalização do PPG. | | | 0.319 | | 0.802 |
| 4 - As disciplinas ministradas, sobretudo, em língua estrangeira, são fatores condicionantes à internacionalização do PPG. | | | | | 0.788 |
| 24 - O marketing institucional é fator que auxilia no alcance da internacionalização do PPG. | | | | 0.915 | 0.133 |
| 25 - A marca do PPG impacta no processo de internacionalização do PPG. | | | | 0.625 | 0.498 |
| 27 - As comunicações: interna e externa no PPG, ajudam no processo de sua internacionalização. | 0.32 | | | 0.416 | 0.617 |

Figura 3: Questões e suas respectivas cargas fatoriais

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Nota. O método de extração 'máxima verossimilhança' foi usado em combinação com uma rotação 'oblímin'

Logo, as quatro dimensões da AFE foram assim renomeadas (Figura 4), a primeira dimensão explica 11% da variância e tem autovalor de 3.13 (sendo Inovação e RH – Fator 1). Essa dimensão lida com questões de tecnologia da informação, equipamento, inovação, trabalho em equipe e colaboradores. Realça-se que a internacionalização de empresas e a inovação são diretamente proporcionais, sendo consideradas vantagens competitivas para as organizações, não somente pelas novas tecnologias, mas também, por proporcionarem novos conhecimentos científicos, sendo isso um aspecto importante em PPGs stricto sensu e, na formação de recursos humanos nestes programas (Andrade et al., 2018).

A segunda dimensão explica e possui um autovalor de 2.82 que é 10,45% da variância e é chamada Pesquisa Científica (Fator 2). Essa dimensão lida com questões de pesquisa científica, produção de conhecimento, reputação do programa, e projetos, influenciando com isso no processo de internacionalização do PPG e, conseqüentemente da IES a qual é nativo. Posto isto, constata-se que as publicações científicas de alto impacto são referência do que há de maior qualidade de pesquisa e produção científica, e os PPGs precisam tentar se adequar a essa realidade (Klarin et al., 2021), influenciando concomitantemente em práticas de pesquisa, legitimadas internacionalmente (Vilela et al., 2021), proporcionando assim a internacionalização das pesquisas científicas no Brasil, fomentando com isso as possibilidades de ampliação do network dos pesquisadores brasileiros, e, de seus respectivos PPGs (Severiano Junior, Cunha, Zouain & Gonçalves, 2021).

A terceira e quarta dimensões explicam respectivamente 8,55% e 7,7% da variância e são definidas como Experiência e Parceria Internacional (Fator 3), e, por fim, Marketing e Marca (Fator 4) da IES. Salienta-se que, no que se refere ao Fator 3, é prudente afirmar que, os pesquisadores nacionais com network, e, concomitantemente, vivência interacional, influenciam na proliferação de pesquisas científicas internacionais, colaborando assim para o fomento de estudos científicos de qualidade em seus respectivos PPGs (Neves & Barbosa, 2020). E, no que tange ao Fator 4, o investimento em marketing fortalece as políticas de cooperação interinstitucional e internacional dos PPGs das IES, impactando na continuidade do conhecimento científico destes programas (Ribeiro & Forte, 2020b). Logo, a intercorrelação entre os fatores (ou intercorrelação entre dimensões dos construtos latentes) é significativa, com maior correlação entre inovação e RH e marketing e marca ($r = .38$). reforça-se que estas quatro dimensões são atreladas aos recursos estratégicos identificados e, que de certa forma podem ou não influenciar no processo de internacionalização do PPG da respectiva IES.

| Dimensões | Cargas | Variância (%) | Acumulado (%) | 2 | 3 | 4 |
|--|--------|---------------|---------------|-------|-------|--------|
| 1 Inovação e RH | 3.13 | 11,6 | 11,6 | 0.301 | 0.221 | 0.3891 |
| 2 Pesquisa Científica | 2.82 | 10,45 | 22 | — | 0.352 | 0.1996 |
| 3 Experiência e Parceria Internacional | 2.31 | 8,55 | 30,6 | — | — | 0.0487 |
| 4 Marketing e Marca IES | 2.08 | 7,7 | 38,3 | — | — | — |

Figura 4: Quatro dimensões
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Para que se conseguisse extrair o número de fatores à esquerda, e, para se demonstrar a análise visual da variância destes componentes principais, foi usado o teste do scree-plot (Dias, Silva & Macedo, 2019), que mostrou o número de dimensões, evidenciando assim os quatro fatores (Figura 5) para a AFE dado a existência das vinte e sete questões (Figura 3). Enfatiza-se e reforça-se que o eixo X da Figura 5 vislumbra as 27 questões (Figura 3) e o eixo Y da mencionada figura contempla os quatro fatores observados na Figura 3 e, descritos na Figura 4.

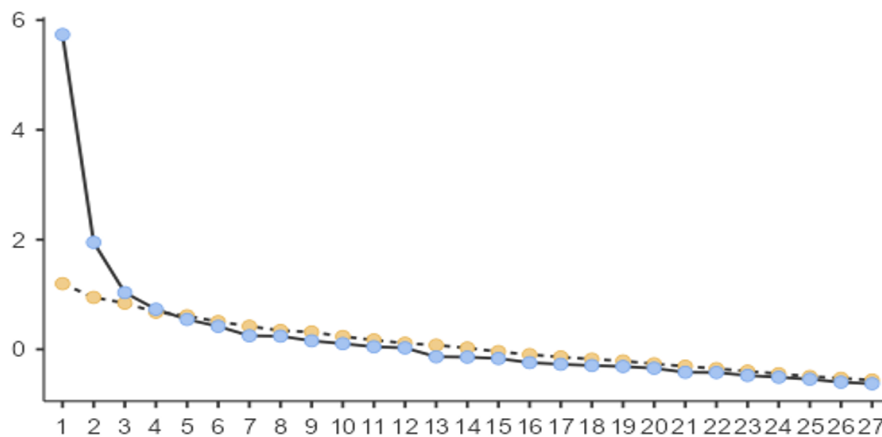


Figura 5: Teste do scree-plot
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Reitera-se que cinco questões foram excluídas das análises futuras porque tiveram carga fatorial abaixo de 0,30, sendo elas 1 - A localização geográfica do PPG impacta no processo de internacionalização; 3 - A oferta de cursos em EAD e o uso do EAD pelo PPG é uma condição positiva à internacionalização; 9 - A coordenação é considerada um catalizador de esforços na direção da internacionalização do PPG; 2 - A qualidade e a oferta dos cursos oferecidos pelo PPG são importantes no processo de internacionalização; e 4 - As disciplinas ministradas, sobretudo, em língua estrangeira, são fatores condicionantes à internacionalização do PPG. Dessarte, em decorrência da exclusão dessas questões, rodou-se uma análise fatorial confirmatória (Rogers, 2022), sem esses indicadores como mostra a Figura 6.

| Fatores | Questões (indicadores) | Estimativa | SE | Z | p | Suporte Estimativa |
|--------------------------------------|---|------------|--------|-------|-------|--------------------|
| Inovação e RH | 6 - Os equipamentos usados no PPG têm um papel relevante no seu processo de internacionalização. | 0.569 | 0.0877 | 6.49 | <.001 | 0.576 |
| | 12 - Os colaboradores são importantes no processo de busca da internacionalização do PPG. | 0.503 | 0.0764 | 6.58 | <.001 | 0.579 |
| | 26 - As estratégias de inovação, se bem definidas e promovidas pelo PPG, são relevantes ao processo de sua internacionalização. | 0.497 | 0.066 | 7.54 | <.001 | 0.647 |
| | 7 - As Tecnologias da Informação e Comunicação têm um realce na internacionalização do PPG. | 0.371 | 0.0709 | 5.23 | <.001 | 0.476 |
| | 19 - A qualidade do ensino exerce papel fundamental no processo de internacionalização do PPG. | 0.512 | 0.0746 | 6.86 | <.001 | 0.599 |
| | 16 - O conhecimento técnico do docente é fator condicionante ao processo de internacionalização do PPG. | 0.479 | 0.0702 | 6.82 | <.001 | 0.596 |
| | 18 - As rotinas do dia-a-dia do docente promovem benefícios ao processo de internacionalização do PPG. | 0.55 | 0.0946 | 5.81 | <.001 | 0.525 |
| | 13 - O trabalho em equipe do docente traz benefícios ao processo de internacionalização do PPG. | 0.407 | 0.0613 | 6.65 | <.001 | 0.586 |
| Pesquisa Científica | 20 - A qualidade das pesquisas científicas é fator prioritário e impulsionador no processo de internacionalização do PPG. | 0.551 | 0.0445 | 12.38 | <.001 | 0.906 |
| | 23 - A reputação do PPG é importante no processo de sua internacionalização. | 0.431 | 0.0635 | 6.78 | <.001 | 0.577 |
| | 8 - A qualidade da produção científica do PPG contribui para a internacionalização das pesquisas científicas, e, concomitantemente para o processo de internacionalização do PPG. | 0.371 | 0.0434 | 8.54 | <.001 | 0.692 |
| | 17 - O conhecimento científico do docente é determinante ao processo de internacionalização do PPG. | 0.437 | 0.061 | 7.16 | <.001 | 0.602 |
| | 22 - Os projetos de pesquisa são importantes no processo de internacionalização do PPG. | 0.464 | 0.0536 | 8.66 | <.001 | 0.705 |
| Experiência e Parceria Internacional | 14 - A formação, experiência e vivência internacional docente contribui no processo de internacionalização do PPG. | 0.367 | 0.0486 | 7.54 | <.001 | 0.678 |
| | 15 - A capacitação internacional docente promove ganhos de resultado no processo de internacionalização do PPG. | 0.328 | 0.061 | 5.37 | <.001 | 0.511 |
| | 10 - As parcerias e as redes de pesquisa em âmbito internacional dos docentes, influenciam no processo de internacionalização do PPG. | 0.341 | 0.044 | 7.74 | <.001 | 0.682 |
| | 11 - A participação dos discentes em doutorado conhecido como "sanduíche" e em eventos no exterior, ajuda no processo de internacionalização do PPG. | 0.426 | 0.0536 | 7.95 | <.001 | 0.699 |
| | 5 - O Pós-Doutorado, particularmente, em âmbito internacional, acelera o processo de internacionalização do PPG. | 0.295 | 0.0786 | 3.76 | <.001 | 0.359 |
| | 21 - As parcerias, convênios (<i>networking</i>) entre PPGs e, consequentemente, o corpo docente, é fator fundamental no processo de internacionalização do PPG. | 0.254 | 0.0501 | 5.07 | <.001 | 0.474 |
| Marketing e Marca IES | 24 - O marketing institucional é fator que auxilia no alcance da internacionalização do PPG. | 0.702 | 0.0704 | 9.97 | <.001 | 0.84 |
| | 25 - A marca do PPG impacta no processo de internacionalização do PPG. | 0.61 | 0.0725 | 8.42 | <.001 | 0.717 |
| | 27 - As comunicações: interna e externa no PPG, ajudam no processo de sua internacionalização. | 0.431 | 0.0632 | 6.82 | <.001 | 0.606 |

Figura 6: Análise fatorial confirmatória

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A análise fatorial confirmatória utiliza erros (ver SE) e gera coeficientes padronizados (ver estimativas). Os resultados mostraram uma correlação significativa entre as quatro dimensões usando construtos latentes (exceto pela associação entre experiência e parceria internacional e marketing e marca da universidade $r = 0,27$; $p < 0,12$). A análise fatorial confirmatória (AFC) gerou o seguinte índice de ajustamento (CFI = .83, TLI = .81, RMSEA = .07, $\chi^2 = 359$, $df = 203$, $p < .001$).

A partir da AFE e da AFC, foi aferida a elaboração de uma média global vista por meio da Figura 7, gerando assim o construto. Assim, o construto Inovação e RH significa a média simples das variáveis da AFE e AFC que tiveram não apenas boas cargas fatoriais, mas também alta confiabilidade alfa de Cronbach (Rogers, 2022). O construto Pesquisa científica significa a média simples das variáveis da

AFE e AFC. O objetivo da criação dos construtos globais é para fins de testes de análise de variância e de regressão múltipla.

| | | Estimativa | SE | Z | P | Suporte Estimativa |
|--------------------------------------|--------------------------------------|------------|--------|------|--------|--------------------|
| Inovação e RH | Inovação e RH | 1 | | | | |
| | Pesquisa Científica | 0.617 | 0.0747 | 8.26 | < .001 | 0.617 |
| | Experiência e Parceria Internacional | 0.314 | 0.1047 | 3 | 0.003 | 0.314 |
| | Marketing e Marca IES | 0.596 | 0.0833 | 7.16 | < .001 | 0.596 |
| Pesquisa Científica | Pesquisa Científica | 1 | | | | |
| | Experiência e Parceria Internacional | 0.531 | 0.0839 | 6.32 | < .001 | 0.531 |
| | Marketing e Marca IES | 0.419 | 0.0948 | 4.42 | < .001 | 0.419 |
| Experiência e Parceria Internacional | Experiência e Parceria Internacional | 1 | | | | |
| | Marketing e Marca IES | 0.123 | 0.1115 | 1.1 | 0.271 | 0.123 |
| Marketing e Marca IES | Marketing e Marca IES | 1 | | | | |

Figura 7: Covariâncias dos fatores

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Após criação dos quatro construtos globais, estes foram analisados por meio de uma correlação bivariada de Pearson (Rogers, 2022), como é observado pela Figura 8. Não houve correlação extremamente alta para configurar problema de multicolinearidade. A associação não significativa entre experiência e parceria internacional e marketing e marca da universidade encontrada anteriormente ($r = 0,27$; $p < 0,12$), continua sendo não significativa ($r = 0,13$; $p < 0,13$). As confiabilidades alfa de Cronbach foram as seguintes, Inovação e RH $\alpha = 0,79$, Pesquisa Científica $\alpha = 0,81$, Experiência e Parceria internacional $\alpha = 0,71$ e Marketing e marca $\alpha = 0,75$. Portanto, todas as quatro dimensões possuem confiabilidade acima do esperado para testes posteriores (Rogers, 2022).

| Constructos | Inovação e RH | Pesquisa Científica | Experiência e Parceria Internacional | Marketing e Marca | Ranking RUF 2019 | Nota_PPG_Capes |
|--------------------------------------|---------------|---------------------|--------------------------------------|-------------------|------------------|----------------|
| Inovação e RH | — | | | | | |
| p-value | — | | | | | |
| N | — | | | | | |
| Pesquisa Científica | 0.486 *** | — | | | | |
| p-value | < .001 | — | | | | |
| N | 130 | — | | | | |
| Experiência e Parceria Internacional | 0.25 ** | 0.414 *** | — | | | |
| p-value | 0.004 | < .001 | — | | | |
| N | 130 | 130 | — | | | |
| Marketing e Marca | 0.475 *** | 0.425 *** | 0.132 | — | | |
| p-value | < .001 | < .001 | 0.134 | — | | |
| N | 130 | 130 | 130 | — | | |
| Ranking RUF 2019 | -0.23 * | -0.2 | -0.21 * | -0.11 | — | |
| p-value | 0.027 | 0.055 | 0.046 | 0.296 | — | |
| N | 94 | 94 | 94 | 94 | — | |
| Nota_PPG_Capes | 0.053 | 0.149 | 0.104 | -0.02 | 0.341 *** | — |
| p-value | 0.549 | 0.094 | 0.244 | 0.857 | < .001 | — |
| N | 128 | 128 | 128 | 128 | 93 | — |

Figura 8: Correlação bivariada de Pearson dos constructos

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Entende-se que a internacionalização da academia nacional brasileira é estimulada há anos por iniciativas governamentais e ações das próprias universidades, públicas ou privadas, nas quais os docentes/pesquisadores estão afiliados (Diniz et al., 2019). Isto posto, para se verificar as diferenças das médias entre os grupos, foi realizada duas one-way Anova, conforme evidenciado mediante a Figura 9. A primeira examinou se o segmento universidade pública ou privada (dummy) geram maiores níveis de

internacionalização nas quatro dimensões (constructos) encontradas.

O achado mostrou que há diferença significativa nas médias para Inovação e RH ($F = 5.65$; $p < 0,019$; $M_{privada} = 3,98$ $M_{pública} = 3,76$, Tukey $p < 0,01$), Pesquisa científica ($F = 3.93$; $p < 0,049$; $M_{privada} = 4,54$ $M_{pública} = 4,37$, Tukey $p < 0,04$) e Experiência e parceria internacional ($F = 3.67$; $p < 0,057$; $M_{privada} = 4,54$ $M_{pública} = 4,41$, Tukey $p < 0,059$). Em todos esses três casos, a universidade privada possui escores maiores de internacionalização e os mesmos são diferentes estatisticamente. Nota-se que o processo de internacionalização é condição sine qua non para se gerar vantagem competitiva acadêmica nos PPGs, contudo, é salutar sempre questionar se todos os programas têm vocação para internacionalização, pois, muitos PPGs podem ser mais eficazes de acordo com sua atuação, localização regional, gerando impactos assim na sociedade e na formação de pessoal (Nossa, 2022).

| | IES | N | Mean | Std deviat | Std error |
|--------------------------------------|---------|----|------|------------|-----------|
| Inovação e RH | Privada | 63 | 3.98 | 0.629 | 0.0792 |
| | Pública | 67 | 3.76 | 0.445 | 0.0543 |
| Pesquisa Científica | Privada | 63 | 4.54 | 0.533 | 0.0672 |
| | Pública | 67 | 4.37 | 0.453 | 0.0553 |
| Experiência e Parceria Internacional | Privada | 63 | 4.54 | 0.36 | 0.0454 |
| | Pública | 67 | 4.41 | 0.423 | 0.0516 |
| Marketing e Marca | Privada | 63 | 3.9 | 0.732 | 0.0923 |
| | Pública | 67 | 3.89 | 0.588 | 0.0718 |

Figura 9: Anova dos segmentos pública e privada
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A Figura 10 mostra a segunda one-way Anova realizada, que examinou se a região geográfica gera maiores níveis de internacionalização nas dimensões encontradas. O achado mostrou que há diferença significativa nas médias para Inovação e RH ($F = 4.34$; $p < 0,013$; $M_{norte} = 4,69$ $M_{nordeste} = 3,88$, Tukey $p < 0,05$; $M_{norte} = 4,69$ $M_{sudeste} = 3,86$, Tukey $p < 0,028$ e $M_{norte} = 4,69$ $M_{sul} = 3,76$, Tukey $p < 0,012$). Em outras palavras, na dimensão Inovação e RH, os maiores níveis de internacionalização estão na região norte. Uma cautela que necessita ser salientada é o alto grau de desvio padrão para a região norte, variando de 4,20 até 5,50 em torno da sua média de 4,69. Nos demais fatores não há diferença significativa entre os grupos considerando a região geográfica.

| Dimensões | Região do Programa de Pós-Graduação | N | Mean | Std deviat | Std error |
|--------------------------------------|-------------------------------------|----|------|------------|-----------|
| Inovação e RH | Centro-Oeste | 9 | 3.89 | 0.557 | 0.1857 |
| | Nordeste | 23 | 3.88 | 0.552 | 0.1151 |
| | Norte | 4 | 4.69 | 0.389 | 0.1943 |
| | Sudeste | 62 | 3.86 | 0.563 | 0.0715 |
| | Sul | 32 | 3.76 | 0.482 | 0.0853 |
| Pesquisa Científica | Centro-Oeste | 9 | 4.4 | 0.424 | 0.1414 |
| | Nordeste | 23 | 4.33 | 0.473 | 0.0987 |
| | Norte | 4 | 4.7 | 0.383 | 0.1915 |
| | Sudeste | 62 | 4.51 | 0.57 | 0.0724 |
| | Sul | 32 | 4.41 | 0.387 | 0.0684 |
| Experiência e Parceria Internacional | Centro-Oeste | 9 | 4.37 | 0.398 | 0.1326 |
| | Nordeste | 23 | 4.34 | 0.361 | 0.0752 |
| | Norte | 4 | 4.71 | 0.479 | 0.2394 |
| | Sudeste | 62 | 4.53 | 0.392 | 0.0498 |
| | Sul | 32 | 4.46 | 0.414 | 0.0732 |
| Marketing e Marca | Centro-Oeste | 9 | 4.11 | 0.601 | 0.2003 |
| | Nordeste | 23 | 3.93 | 0.659 | 0.1374 |
| | Norte | 4 | 4.5 | 0.638 | 0.3191 |
| | Sudeste | 62 | 3.88 | 0.67 | 0.0851 |
| | Sul | 32 | 3.76 | 0.635 | 0.1122 |

Figura 10: Anova do segmento Região do PPG
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

A análise de regressão múltipla foi o próximo teste realizado como é vislumbrado mediante a Figura 11, e, elaborado da seguinte forma. Três modelos de regressão foram construídos para duas variáveis dependentes. Portanto, 3×6 combinações, gerando 18 resultados. O primeiro modelo de regressão é um full model com as quatro dimensões da internacionalização, suas interações e com as covariáveis juntas. O segundo modelo de regressão usa apenas as quatro dimensões da internacionalização e as covariáveis. O terceiro modelo de regressão usa apenas as covariáveis. O objetivo foi comparar as

variâncias explicadas ao longo dos modelos. A variável dependente é o RUF da universidade. Na sequência, outra análise de regressão múltipla posiciona a nota da CAPES como variável dependente.

O resultado do modelo apenas com as covariáveis mostrou a região Nordeste para a região Centro-Oeste que há uma queda no ranking (por isso o coeficiente negativo $\beta = -.34$; $p < 0,10$). A diferença da região da região Norte para a região Centro-Oeste é maior (por isso o coeficiente negativo $\beta = -1,33$; $p < 0,001$). O R2-ajustado foi de 75%. Já o resultado do segundo modelo – com as quatro dimensões da internacionalização – mostrou que quanto maior a pesquisa científica para internacionalização, maior a posição da universidade no ranking RUF com uma significância de 7% ($\beta = .116$; $p < 0,07$). Logo, os PPGs que conseguem, ou os que têm a maior probabilidade de seguir com esse processo de internacionalização de sua produção científica, têm uma maior competitividade, tornando-os dominantes no contexto nacional, tendo suas práticas de pesquisa consideradas como modelos de excelência a serem adotados, implementados e legitimados pelos demais PPGs (Vilela et al., 2021).

Contudo, maiores níveis de marketing, divulgação e marca reduzem a posição da universidade no ranking ($\beta = -.14$; $p < 0,01$). O R2-ajustado foi de 77%, e sua diferença para o modelo anterior foi delta = 0,024; $p < 0,054$. Portanto, as quatro dimensões da internacionalização aumentam a variância explicada. O resultado do terceiro modelo mostrou uma interação entre propriedade da instituição e marketing e marca ($\beta = .27$; $p < 0,018$), e experiência internacional ($\beta = -.23$; $p < 0,075$).

A propriedade da instituição surge como uma variável moderadora no processo. Instituições públicas no Brasil significam que recebem o total do orçamento da união (quer estado ou governo federal). Instituições privadas no Brasil significam que recebem o total do orçamento de fontes privadas, mas que também podem obter um parte de ajuda do estado ou governo federal, por exemplo, fonte extra de recursos do Programa de Apoio à Pós-Graduação (PROAP). A primeira interação sugere que quanto maior o marketing e marca na IES privada, a relação com ranking RUF é negativa ($\beta = .27$; $p < 0,01$). Contudo, quanto maior o marketing e marca na IES pública (aqui muda a governança da universidade), a relação com o ranking RUF é neutra/nula. O R2-ajustado foi de 78%, e sua diferença para o modelo anterior foi delta = 0,0227; $p < 0,052$.

| Previsor | Suporte Estimativa | P | Suporte Estimativa | P | Suporte Estimativa | P |
|---|--------------------|--------|--------------------|--------|--------------------|--------|
| Interceptar ^a | | 0.021 | | < .001 | 60.05 | < .001 |
| Propriedade: | | | | | | |
| Pública – Privada | 1.74197 | 0.406 | 1.706 | < .001 | 1.636 | < .001 |
| Região do Programa de Pós-Graduação: | | | | | | |
| Nordeste – Centro-Oeste | -0.32331 | 0.102 | -0.3605 | 0.077 | -0.342 | 0.102 |
| Norte – Centro-Oeste | -0.92983 | 0.015 | -1.1603 | 0.002 | -1.335 | < .001 |
| Sudeste – Centro-Oeste | -0.32498 | 0.094 | -0.3546 | 0.077 | -0.317 | 0.122 |
| Sul – Centro-Oeste | -0.65629 | < .001 | -0.6968 | < .001 | -0.668 | 0.001 |
| Inovação e RH | -0.06089 | 0.523 | -0.0426 | 0.467 | | |
| Pesquisa Científica | 0.01638 | 0.911 | 0.1166 | 0.072 | | |
| Experiência e Parceria Internacional | 0.17214 | 0.132 | -0.0124 | 0.838 | | |
| Marketing e Marca | -0.32667 | < .001 | -0.1496 | 0.01 | | |
| Propriedade * Marketing e Marca: | | | | | | |
| (Pública – Privada) * | | | | | | |
| Marketing e Marca | 0.2786 | 0.018 | | | | |
| Propriedade * Experiência e Parceria Internacional: | | | | | | |
| (Pública – Privada) * | | | | | | |
| Experiência e Parceria Internacional | -0.23873 | 0.075 | | | | |
| Propriedade * Pesquisa Científica: | | | | | | |
| (Pública – Privada) * | | | | | | |
| Pesquisa Científica | 0.09354 | 0.567 | | | | |
| Propriedade * Inovação e RH: | | | | | | |
| (Pública – Privada) * | | | | | | |
| Inovação e RH | 0.00557 | 0.964 | | | | |

Figura 11: Coeficientes - *Ranking* RUF 2019

^a Representa o nível de referência

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Reforça-se que as parcerias nacionais e, sobretudo as internacionais são consideradas estratégias e, apresentadas como fontes de aprendizado para pesquisadores/docentes nacionais brasileiros na área de Administração e afins, contribuindo para gerar experiência na geração de pesquisa científica de qualidade, em especial, para se conseguir publicar em periódicos científicos de alto fator de impacto, particularmente as revistas internacionais, possibilitando assim agregar valor acadêmico para os PPGs, abrindo portas para adentrar nas nuances do processo de internacionalização (Magnin et al., 2020).

A segunda interação sugere que quanto maior a experiência e parceria internacional na IES privada, a relação com ranking RUF é positiva ($\beta = .23$; $p < 0,07$) no que diz respeito ao processo de internacionalização. Assim, se for para a universidade como um todo ter maior posição e projeção nacional no ranking RUF, é melhor ter uma combinação de experiência internacional e parceria sendo privada. Contudo, quanto maior a experiência e parceria internacional na IES pública, a relação com o ranking RUF é negativa (Figura 12). Tal achado pode ser em decorrência de que o RUF usa a IES de modo global e não o PPG por si só (Lima et al., 2020).

E o realce do ranking RUF para IES privadas, no que concerne aos recursos estratégicos identificados, mapeados e assimilados, pode ser em virtude de que, no âmbito privado, a internacionalização precisa está alinhada à missão da universidade, com um planejamento estratégico bem formulado e integrado com a política institucional, sendo que o compromisso maior é com a qualidade de ensino entregue a todos os atores envolvidos no processo da IES. Logo, reforça-se que o processo de internacionalização é um processo necessário para que se permita que a educação superior se torne reativo perante os desafios da sociedade globalizada, entendida e compreendida como um meio e não como um fim (Carvalho & Araújo, 2020).

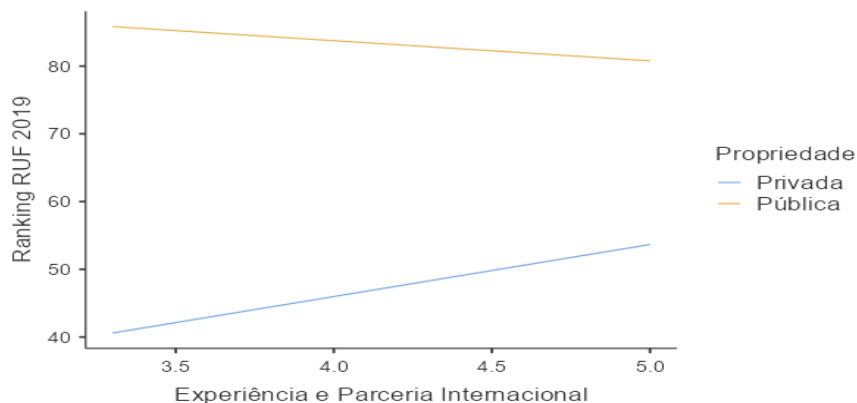


Figura 12: Experiência e parceria internacional (*Ranking RUF 2019*)

Fonte: Dados da pesquisa

A Figura 13 contempla o próximo modelo de regressão, que utiliza a nota do programa de pós-graduação da CAPES como variável dependente. A nota do programa avaliado pela CAPES do Ministério da Educação varia dentre 1 (baixo) até 7 (alto) (Pauli, Basso, Gobi & Bilhar, 2019). A propriedade da instituição ($\beta = -0.39$; $p < 0,04$) e a diferença da região norte para centro oeste ($\beta = -1.43$; $p < 0,017$) como covariáveis foram significativas. O R2-ajustado foi de 10%.

As quatro dimensões não explicaram os escores da avaliação na pós-graduação (sendo, Inovação e RH $\beta = 0.02$ $p = ns$; Pesquisa Científica $\beta = 0.12$, $p = ns$; Experiência e Parceria Internacional $\beta = 0.029$ $p = ns$ e Marketing e Marca $\beta = -0.07$ $p = ns$). O R2-ajustado foi de 8%, e sua diferença para o modelo anterior não foi significativa. O resultado do terceiro modelo mostrou e suportou o papel moderador da propriedade da instituição. Há uma interação entre propriedade e inovação e RH ($\beta = -0.42$; $p < 0,06$).

| Predictor | Stand. Estimate | p | Stand. Estimate | p | Stand. Estimate | p |
|--|-----------------|-------|-----------------|-------|-----------------|--------|
| Intercept ^a | | 0.181 | | 0.001 | | < .001 |
| Propriedade: | | | | | | |
| Pública – Privada | -0.4054 | 0.213 | -0.3506 | 0.076 | -0.394 | 0.04 |
| Região do Programa de Pós-Graduação: | | | | | | |
| Nordeste – Centro-Oeste | -0.5643 | 0.138 | -0.6233 | 0.101 | -0.625 | 0.097 |
| Norte – Centro-Oeste | -1.6716 | 0.008 | -1.4854 | 0.016 | -1.439 | 0.017 |
| Sudeste – Centro-Oeste | -0.2568 | 0.478 | -0.2662 | 0.463 | -0.224 | 0.529 |
| Sul – Centro-Oeste | -0.6523 | 0.082 | -0.7134 | 0.056 | -0.681 | 0.063 |
| Inovação e RH | 0.1659 | 0.265 | 0.0203 | 0.851 | | |
| Pesquisa Científica | 0.1161 | 0.445 | 0.1221 | 0.265 | | |
| Experiência e Parceria Internacional | 0.0794 | 0.583 | 0.0297 | 0.756 | | |
| Marketing e Marca | -0.0806 | 0.532 | -0.0731 | 0.473 | | |
| Propriedade * Marketing e Marca: | | | | | | |
| (Pública – Privada) * Marketing e Marca | 0.0943 | 0.659 | | | | |
| Propriedade * Experiência e Parceria Internacional: | | | | | | |
| (Pública – Privada) * Experiência e Parceria Internacional | 0.0212 | 0.914 | | | | |
| Propriedade * Pesquisa Científica: | | | | | | |
| (Pública – Privada) * Pesquisa Científica | -0.1195 | 0.602 | | | | |
| Propriedade * Inovação e RH: | | | | | | |
| (Pública – Privada) * Inovação e RH | -0.4265 | 0.066 | | | | |

Figura 13: Coeficientes - Nota_PPG_Capes

^a Representa o nível da referência

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Por conseguinte, a interação sugere que quanto maior a inovação e RH na IES privada, a relação com a Nota_PPG_Capes é positiva, aumentando de 4,38 até 4,73. Contrariamente, quanto maior a inovação e RH na IES pública, a relação com a Nota_PPG_Capes é negativa, reduzindo de 4,40 até 3,86.

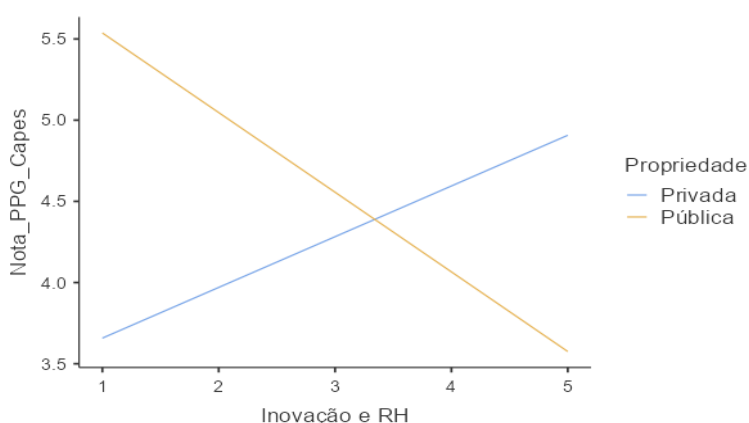


Figura 14: Inovação e RH (Nota_PPG_Capes)

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Esta análise da Figura 14 foi feita com ± 1 desvio padrão acima/abaixo da média. Esta reação positiva do fator inovação e RH nas instituições privadas, sob a óptica da Nota_PPG_Capes pode ser explicada em virtude das mudanças realizadas pela própria CAPES, indicando a necessidade de que os PPGs necessitam adotar uma orientação para políticas estratégicas, enfocando um sistema de autoavaliação, robustecendo uma ênfase nos processos de formação dos atores envolvidos no processo de construção

do saber acadêmico, além do foco no resultado a partir da avaliação do impacto, no que tange a inovação e internacionalização do PPG (Barbosa da Silva, 2019). Em suma, tal enfoque resultará na valoração das iniciativas como a parceria e intercâmbio sistemáticos com outros PPGs, e, conseqüentemente, contribuirá para a inovação na pesquisa científica (Patrus, 2018).

Considerações finais

O objetivo deste estudo foi identificar e analisar os recursos estratégicos mapeados e assimilados pelos programas de pós-graduação stricto sensu para um processo de internacionalização. Assim, os PPGs stricto sensu das IESs podem optar pelos recursos estratégicos mais importantes e necessários para adentrar na seara do processo de internacionalização. Metodologicamente, a citada pesquisa foi um estudo quali-quanti, com predomínio da abordagem quantitativa. Este estudo utilizou técnicas estatísticas, tais como estatística descritiva, análise fatorial, análise de regressão e anova.

Em relação aos recursos estratégicos, e, seus respectivos “pesos” e importâncias para o processo de internacionalização dos PPGs Stricto Sensu do Brasil, constatou-se que os fatores: inovação e RH, pesquisa científica, experiência e parceria internacional, e marketing e marca são determinantes e proeminentes para tal êxito destes PPGs, no que concerne, reforçando, ao processo de internacionalização. No caso do fator inovação e RH, de acordo com as cargas fatoriais, pode-se destacar: os equipamentos, os colaboradores, estratégias de inovação, as tecnologias da informação e comunicação e conhecimento técnico docente. Em seguida, apresenta-se a pesquisa científica, como um dos fatores primordiais e prioritários para que os PPGs alcancem o patamar internacional, e, neste sentido, constatou-se que a pesquisa científica alicerça-se: por sua qualidade, pelos projetos de pesquisa, pelo conhecimento científico do docente/pesquisador.

Por conseguinte, manifesta-se o fator 3 desta pesquisa que é a experiência e a parceria internacional do docente/pesquisador, e, seu impacto nos procedimentos de internacionalização do PPG. Com isso, realçam-se: a formação, expertise e vivência internacional do pesquisador, a capacitação internacional do docente, as redes de colaboração internacional do professor, a participação discentes em doutorados “sanduíche” e os pós-doutorados realizados pelos pesquisadores em IES estrangeiras, são fatores proeminentes para agregar valor acadêmico na qualidade da pesquisa científica construída, desenvolvida, divulgada, disseminada e socializada nos PPGs Stricto Sensu pelo Brasil. Assim, em seguida, vislumbra-se o quarto fator que é o marketing e a marca do PPG. Logo, manifestam-se as cargas fatoriais das questões que ficaram em ênfase no que tange a este fator, foram elas: marketing institucional, a marca do PPG e as comunicações internas e externas do PPG.

Como implicações práticas, este estudo pondera e contribui para as seguintes ações que poderão ser feitas pelos PPGs, por meio dos seus recursos estratégicos, para adentrar no contexto do processo de internacionalização, são elas: (i) melhorar a qualidade das dissertações, teses, e, conseqüentemente as pesquisas científicas; (ii) otimizar a capacitação discente / pesquisador juniores por meio da qualidade de novos e ou aperfeiçoados programas de doutorado e ou mestrado acadêmico no Brasil; (iii) fomentar a qualidade dos pesquisadores / docentes dos programas stricto sensu do Brasil; (iv); possibilitar uma maior parceria internacional entre os docentes/pesquisadores e o corpo discentes, acarretando uma experiência internacional, impactando em melhores resultados das ações dos PPGs stricto sensu; e (v) estimular a inovação tecnológica e social dos PPGs stricto sensu.

Como implicações gerenciais, esta pesquisa enfatiza e contribui para realçar a importância do processo de internacionalização para os programas de pós-graduação stricto sensu no Brasil, porém, para que isso ocorra, é necessário que os PPGs tenham uma consciência estratégica alargada e robusta, por meio de seus recursos, atentando às condições para performar a aprendizagem humana, mediante uma atuação mais pujante e conjunta dos docentes(pesquisadores)/discentes/gestores/instituições contribuindo para o fomento da qualidade da pesquisa científica nos mestrados e doutorados, e, concomitantemente, colaborando diretamente na qualificação sólida de novos e diferentes egressos,

impactando em uma maior inserção social, cooperação interinstitucional e crescimento da qualidade da produção científica do conhecimento da área em análise neste estudo.

Como limitação do estudo, enfatiza-se o longo período de espera para concluir a última etapa de coleta de dados, porém tal entrave não causou prejuízo no que concerne a responder e a alcançar a questão e o objetivo da pesquisa, respectivamente. Segue adiante algumas sugestões para estudos futuros: (i) replicar o referido estudo, abarcando, não somente a área de administração pública e de empresas, ciências contábeis e turismo, mas também, outros campos do saber; (ii) contrapor o citado estudo, agora, ampliando o foco para o exterior, e, conseqüentemente e a posteriori, vislumbrar análises comparativas entre o âmbito nacional e o internacional; e (iii) complementar o mencionado estudo, agora, robustecendo a análise, mediante uma pesquisa qualitativa, buscando, com isso, melhor entender e compreender o uso de possíveis recursos estratégicos mais realçadas nesta pesquisa para emergir ao processo de internacionalização, podendo, usar os métodos de grupo focal e ground theory.

Referências

- Adel, H. M., Zeinhom, G. A., & Mahrous, A. A. (2018). Effective management of an internationalization strategy: A case study on Egyptian–British universities’ partnerships. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, 17(2), 183-202.
- Aguilera, S. L. V., França, B. H. S., Moysés, S. T., & Moysés, S. J. (2013). Articulação entre os níveis de atenção dos serviços de saúde na região metropolitana de Curitiba: desafios para os gestores. *Revista de Administração Pública*, 47(4), 1021-1039. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122013000400010>.
- Amit, R., & Schoemaker, P. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14, 33-46.
- Andrade, E. F. da S., Lobato, J. de O., Maccari, E. A., & Rogério, M. (2020). A alocação estratégica de recursos institucionais para a pós-graduação stricto sensu e o desempenho dos programas na avaliação Capes: um estudo em universidades federais. *Future Studies Research Journal*, 12(1), 175-202. <http://dx.doi.org/10.24023/FutureJournal/2175-5825/2020.v12i1.444>.
- Andrade, E. F. da S., Oliveira, J. de, Maccari, E. A., & Hollnagel, H. (2018). Inovação em um contexto isomórfico nos programas de pós-graduação stricto sensu em administração. *Revista Gestão & Tecnologia*, 18(2), 100-127.
- Andrade, P. M. S., Romani-Dias, M., & Silva, C. S. da. (2021). Internationalization of higher education institutions in light of Uppsala theory: case studies in business schools. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 20, 1-9. <http://dx.doi.org/10.5585/riac.v20i1.18153>.
- Aragão, I. R. B. N., Martins, G. de A., & Barzotto, V. H. (2019). O poder do periódico científico na construção da representação de pesquisa científica. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, 13(1), 29-45. <http://dx.doi.org/10.17524/repec.v13i1.2071>.
- Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD). *Programas Associados Efetivos*. Recuperado em: < http://www.anpad.org.br/sobre_prog_associados_lista.php?tipo=efe&pg=1 >.
- Baeta Neves, C. E., & Barbosa, M. L. de O. (2020). Internacionalização da educação superior no Brasil: avanços, obstáculos e desafios. *Sociologias*, 22(54), 144-175. <http://dx.doi.org/10.1590/15174522-99656>.
- Barbosa da Silva, A. (2019). Produtivismo acadêmico multinível: mercadoria performativa na pósgraduação em administração. *Revista de Administração de Empresas*, 59(5), 341-352. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020190504>.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Belfort, A. C., Teixeira, G. C. dos S., Maccari, E. A. M., Ferreira, M. A. S. P. V., & Martens, C. D. P. (2019). O módulo internacional como ação estratégica de internacionalização de um programa de mestrado em administração. *Revista Gestão Universitária na América Latina*, 12(2), 206-229. <http://dx.doi.org/10.5007/1983-4535.2019v12n2p206>.
- Campomar, M. C. (1991). Do uso de “estudo de caso” em pesquisas para dissertações e teses em Administração. *RAUSP Management Journal*, 26(3), 95-97.
- Capalonga, G., Diehl, C. A., & Zanini, F. A. M. (2014). Estratégias percebidas sob o foco da teoria de posicionamento estratégico, da visão baseada em recursos, da missão estratégica e da tipologia organizacional: um estudo com empresas do sul do Brasil. *Brazilian Business Review*, 11(3), 29-55. <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2014.11.3.2>.
- Carvalho, D. M. de, Prévot, F., & Machado, J. A. D. (2014). O uso da teoria da visão baseada em recursos em propriedades rurais: uma revisão sistemática da literatura. *Revista de Administração*, 49(3), 506-518.

<https://doi.org/10.5700/rausp1164>.

- Carvalho, S. B. R. de, & Araújo, G. C. de. (2020). Gestão da internacionalização das instituições de ensino superior. *Avaliação*, 25(1), 113-131. <http://dx.doi.org/10.1590/S1414-40772020000100007>.
- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES (2022). *Coleta CAPES*. Recuperado em: < <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/> >.
- Costa, G. F. V. da, Moreira, N. P., & Bonfim Junior, W. S. (2021). Aspectos associados à produção intelectual dos programas de pós-graduação em administração pública e de empresas, ciências contábeis e turismo. *Revista Ensino e Pesquisa em Administração e Engenharia*, 7(1), 21-36.
- Costa, L. de F. L. G. da, Añez, M. E. M., Mol, A. L. R., & Damasceno, T. dos S. A. (2017). Escolas teóricas do processo de internacionalização: uma visão epistemológica. *Cadernos EBAPE.BR*, 15(4), 960-973. <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395154072>.
- Costa, M. F. da, Costa, C. E., Angelo, C. F. de, & Moraes, W. F. A. de. (2018). Perceived competitive advantage of soccer clubs: a study based on the resource-based view. *RAUSP Management Journal*, 53, 23-34. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rauspm.2016.08.001>.
- Demo, G., Lima, T., Scussel, F., Miranda, P., & Moreno, L. (2021). Marketing de relacionamento no mercado consumidor: perfil da produção científica e agenda de pesquisa. *Future Studies Research Journal*, 13(2), 179-202. <http://dx.doi.org/10.24023/FutureJournal/2175-5825/2021.v13i2.569>.
- Dias, P. de S., Silva, H. V. R. S., & Macedo, R. da C. (2019). Estatísticas multivariadas na administração: importância e aplicação da análise fatorial exploratória. *Revista Eletrônica de Administração e Turismo*, 13(1), 1807-1828.
- Dierickx, I., & Cool, K. (1989). Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage. *Management Science*, 35(12), 1504-1511.
- Diniz, E. H. Favaretto, J. E. R., Oliveira, H. P. G. de, & Brólio, D. R. (2017). Formação, disseminação e colaboração: internacionalização em administração de sistemas de informação. *Revista de Administração Contemporânea*, 21(6), 811-831. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2017160319>.
- Diniz, E. H., Oliveira, H. P. G. de, Favaretto, J. E. R., & Brólio, D. R. (2019). Incentivos para internacionalização são adequados? percepção dos pesquisadores em administração da informação. *Revista de Administração Contemporânea*, 23(4), 520-542. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2019180232>.
- Fernandes, C. R., & Carvalho Machado, A. G. (2018). Technology Transfer capability: development dynamics in higher education institutions. *Brazilian Business Review*, 16(1), 1-15. <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2019.16.1.1>.
- Ferreira, M. P., Serra, F. R., Costa, B. K., & Almeida, M. (2016). A bibliometric study of the resource-based view (RBV) in international business research using barney (1991) as a key marker. *Innovar*, 26(61), 131-144. <https://doi.org/10.15446/innovar.v26n61.57173>.
- Frizon, J. A., Eugênio, T., & Falcão, A. S. (2022). Vale a pena as organizações terem práticas de gestão socialmente responsáveis? *Revista de Administração de Empresas*, 62(5), 1-21. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020220507>.
- Hamdoun, M. (2020). The antecedents and outcomes of environmental management based on the resource-based view A systematic literature review. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 31(2), 451-469. <http://dx.doi.org/10.1108/MEQ-12-2019-0280>.
- Hayashi, P., Ito, N., Gimenez, F. A. P., & Pongeluppe, L. (2018). Entendimentos e desentendimentos da pesquisa empírica da visão baseada em recursos: uma abordagem exploratória. *Estudios Gerenciales*, 34(149), 469-480. <http://dx.doi.org/10.18046/j.estger.2018.149.2828>.
- Klarin, A., Inkizhinov, B., Nazarov, D., & Gorenskaia, E. (2021). International business education: what we know and what we have yet to develop. *International Business Review*, 30, 1-15. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101833>.
- Kovacs, É. P., Moraes, W. F. A. de, & Oliveira, B. R. B. de. (2011). Características da localização no processo de internacionalização de empresas. *Revista de Administração de Empresas*, 51(4), 320-335. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902011000400002>.
- Laviniki, J., Laimer, C. G., Rodrigues, C., & Marques, J. L. (2021). O efeito da capacidade absorptiva no desempenho financeiro de empresas brasileiras e portuguesas do setor de baixa intensidade tecnológica. *Brazilian Business Review*, 18(5), 537-560. <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2021.18.5.4>.
- Lima, M. A., Serra, F. A. R., Soares, T. C., & Lima, C. R. M. de. (2020). Estratégia ou legitimidade? análise do papel dos planos de desenvolvimento institucional nas universidades brasileiras. *Brazilian Business Review*, 17(1), 66-96. <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2020.17.1.4>.
- Lippman, S. & Rumelt, R. (1982). Uncertain imitability: An analysis of interfirm differences in efficiency under

- competition. *The bell journal of Economics*, 418-438.
- Magnin, L. S. de L. T., Faria, J. H. de, Penteadó, R. C., & Takahashi, A. R. W. (2020). Produtivismo na pós-graduação em administração: posicionamentos dos pesquisadores brasileiros, estratégias de produção e desafios enfrentados. *Revista Eletrônica de Administração*, 26(2), 265-299. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-2311.284.95633>.
- Moraes, S. G., Strehlau, V. I., & Turolla, F. A. (2015). Produção acadêmica de autores brasileiros sobre Internacionalização: Balanço das publicações no Brasil no Séc. XXI. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, 10(2), 82-96. <http://dx.doi.org/10.18568/1980-486510282-962015>.
- Munck, L., & Galleli, B. (2015). Avanços e desafios da conceitualização e operacionalização das competências organizacionais em 15 anos de produção científica internacional. *Revista de Gestão*, 22(4), 525-544. <http://dx.doi.org/10.5700/576>.
- Nassif, V. M., & Hanashiro, D. M. M. (2002). A competitividade das universidades particulares à luz de uma visão baseada em recursos. *Revista de Administração Mackenzie*, 3(1), 96-114.
- Neves, C. E. B., & Barbosa, M. L. de O. (2020). Internacionalização da educação superior no Brasil: avanços, obstáculos e desafios. *Sociologias*, 22(54), 144-175. <https://doi.org/10.1590/15174522-99656>.
- Neves, T. K., Lavarda, R. A. B., & Martins, C. B. (2019). Práticas estratégicas de internacionalização de programas de pós-graduação: estudo de caso em uma universidade pública do sul do Brasil. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, 14(2), 93-110. <http://dx.doi.org/10.18568/internext.v14i2.465>.
- Nossa, V. (2022). Impacto e tendência da pós-graduação em contabilidade no Brasil: de onde viemos e para onde vamos? *Revista Catarinense da Ciência Contábil*, 21, 1-6. <http://dx.doi.org/10.16930/2237-7662202232561>.
- Patrus, R. (2018). Desigualdade social e pós-graduação em administração no Brasil: o papel da avaliação. *Revista de Administração de Empresas*, 58(5), 506-510. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020180506>.
- Pauli, J., Basso, K., Gobi, R. L., & Bilhar, A. (2019). O Efeito da Densidade da rede de coautoria no desempenho dos programas de pós-graduação. *Brazilian Business Review*, 16(6), 576-588. <https://doi.org/10.15728/bbr.2019.16.6.3>.
- Penrose, E. (1959). *The theory of the growth of the firm*. New York, NY, USA: Oxford University Press.
- Peteraf, M. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.
- Petry, D. R., Roman, D. J., Pilatti, C. A., Demeterko, C. D. M. S., & Oro, I. M. (2017). Estratégias competitivas em instituições de ensino superior: um estudo de caso à luz da visão baseada em recursos. *Revista Gestão Universitária na América Latina*, 10(1), 01-19. <http://dx.doi.org/10.5007/1983-4535.2017v10n2p1>.
- Piveta, M. N., Scherer, F. L., Carpes, A. de M., Trindade, N. R., Rizzatti, A. B., & Santos, M. B. dos. (2018). A contribuição da visão baseada em recursos para o estudo da internacionalização: uma análise bibliométrica da produção científica entre os anos de 2007 e 2016. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, 13(2), 43-58. <http://dx.doi.org/10.18568/10.18568/1980-4865.13243-58>.
- Pompeu, S. L. E., & Souza, E. M. de. (2019). A discriminação homofóbica por meio do humor: naturalização e manutenção da heteronormatividade no contexto organizacional. *Revista Organizações & Sociedade*, 26(91), 645-664. <http://dx.doi.org/10.1590/1984-9260912>.
- Rejowski, M., Ferro, R. C., & Sogayar, R. L. (2022). Pós-graduação em turismo, hospitalidade e lazer no Brasil: da consolidação dos mestrados à emergência dos doutorados. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, 1-17. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v16.2217>.
- Ribeiro, H. C. M., & Corrêa, R. (2022). Panorama e Tendência do Estado da Arte da Bibliometria e Sociometria dos Estudos Publicados nos Periódicos Indexados na Scientific Periodicals Electronic Library. *Anais... XLVI Encontro da ANPAD - EnANPAD 2022*. Recuperado em: <http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:W0sDHYA0dUYJ:scholar.google.com/+%22Henrique+C%C3%A9sar+Melo+Ribeiro%22&hl=pt-BR&as_sdt=0,5&as_ylo=2022>.
- Ribeiro, H. C. M. (2016). Produção acadêmica do tema internacionalização divulgada nos periódicos nacionais: um estudo bibliométrico. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, 11(1), 1-20. <http://dx.doi.org/10.18568/1980-4865.1111-20>.
- Ribeiro, H. C. M. (2021). Estratégia em destaque: duas décadas de produção científica do evento 3Es à luz da análise de redes sociais. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 26(4), 113-150. <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/25199>.
- Ribeiro, H. C. M., & Forte, S. H. A. C. (2019). A Média de utilização das estratégias pelos programas de stricto sensu das instituições do Brasil da área de administração pública e de empresas, ciências contábeis e turismo frente aos cenários prospectados para o período de 2019 a 2030. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 18(4), 535-555. <http://dx.doi.org/10.5585/ijsm.v18i4.13909>.

- Ribeiro, H. C. M., & Forte, S. H. A. C. (2020a). Clusters das estratégias à luz dos dendogramas dos programas de stricto sensu das Instituições de Ensino Superior do Brasil da área de administração pública e de empresas, ciências contábeis e turismo. *Revista Capital Científico*, 18(3), 99-116. <http://dx.doi.org/10.5935/2177-4153.20200021>.
- Ribeiro, H. C. M., & Forte, S. H. A. C. (2020b). Frequência no uso das estratégias dos programas de stricto sensu das IESs do Brasil da área de administração pública e de empresas, ciências contábeis e turismo frente aos cenários prospectados para o período de 2019 a 2030. *Revista de Administração Unimep*, 18(3), 59-91.
- Rogers, P. (2022). Melhores práticas para sua análise fatorial exploratória: tutorial no factor. *Revista de Administração Contemporânea*, 26(6), 1-17. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac2022210085.por>.
- Romani-Dias, M., Biasoli, A. M. S., Carneiro, J., & Barbosa, A. dos S. (2022). Internacionalização de escolas de negócios baseada nas atividades dos acadêmicos: elucidações trazidas pela teoria da troca social. *Revista de Administração de Empresas*, 62(1), 1-16. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020220105x>.
- Rosa, R. A., & Romani-Dias, M. (2019). A presença e o impacto de periódicos brasileiros da área de administração, contabilidade e turismo em bases científicas. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 18(3), 327-348. <http://dx.doi.org/10.21529/RECADM.2019014>.
- Seifert Jr., R. E., & Machado-da-Silva, C. L. (2007). Environment, resources and interpretation: influences in the internationalization strategies of the food industry in Brazil. *Brazilian Administration Review*, 4(2), 40-63. <https://doi.org/10.1590/S1807-76922007000200004>.
- Serra, F. A. R. (2019). Construtos na pesquisa em estratégia: definição e clareza. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 18(2), 01-05. <http://dx.doi.org/10.5585/riae.v18i2.15155>.
- Severiano Junior, E., Cunha, D. de O. da, Zouain, D. M., & Gonçalves, C. P. (2021). Produtivismo acadêmico e suas consequências para a produção científica na área de administração. *Revista Eletrônica de Administração*, 27(2), 343-374. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-2311.317.103796>.
- Sukaatmadja, I. P. G., Yasa, N. N. K., Rahyuda, H., Setini, M., & Dharmanegara, I. B. A. (2021). Competitive advantage to enhance internationalization and marketing performance woodcraft industry: A perspective of resource-based view. *Journal of Project Management*, 6, 45-56. <http://dx.doi.org/10.5267/j.jpjm.2020.9.002>.
- Teixeira, A. C. C., Wanderley, S., Moraes, A. B., & Sá, B. (2021). E Mintzberg descobriu o Brasil: a internacionalização de um programa de mestrado executivo. *Cadernos EBAPÉ.BR*, 19(4), 979-990. <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395120200166>.
- Teixeira, G. C. dos S., & Maccari, E. A. (2018). The institutional role of business school accreditation agencies: a systematic literature review. *Revista de Gestão*, 25(3), 274-290. <http://dx.doi.org/10.1108/REGGE-04-2018-035>.
- Torrens, E. W., Amal, M., & Tontini, G. (2014). Determinants of export performance of small and medium-sized manufacturing brazilian enterprises from the perspective of resource-based view and uppsala model. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 16(53), 511-539. <http://dx.doi.org/10.7819/rbgn.v16i52.1601>.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14, 207-222.
- Venturini, A. C. (2021). Ação afirmativa em programas de pós-graduação no Brasil: padrões de mudança institucional. *Revista de Administração Pública*, 55(6), 1250-1270. <http://dx.doi.org/10.1590/0034-761220200631>.
- Vieira, D. P., Hoffmann, V. E., Silva Neto, P. V. da, & Rangel, G. de L. (2021). Recursos competitivos e desempenho na hotelaria do distrito federal: a perspectiva do consumidor. *Turismo: Visão e Ação*, 23(1), p. 48-66. <http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v23n1.p48-66>.
- Vilela, B. de A., Cavalcanti, J. M. M., Freitas, K. A. de, & Carrieri, A. de P. (2021). Avaliação da qualidade das publicações: excelência ou legitimação de práticas de pesquisa? *Brazilian Business Review*, 18(6), 700-721. <https://doi.org/10.15728/bbr.2021.18.6.6>.
- Villar, E. G., & Walter, S. A. (2015). O conteúdo das disciplinas de estratégia nos programas de pós-graduação stricto sensu em administração no Brasil. *Revista de Administração FACES*, 14(4), 65-84.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Winckler, N. C., Zen, A. C., & Prevot, F. (2022). Recursos da firma para internacionalização de PMEs de países emergentes: estudo multimétodo. *Revista de Administração Mackenzie*, 23(1), 1-32. <http://dx.doi.org/10.1590/1678-6971/eRAMR220165>.