



Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext)

ISSN: 1980-4865

revistainternext@gmail.com

Escola Superior de Propaganda e Marketing
Brasil

Avrichir, Ilan
Apresentação Editorial
Revista Eletrônica de Negócios Internacionais
(Internext), vol. 12, núm. 2, 2017, Maio-, pp. 01-02
Escola Superior de Propaganda e Marketing
Brasil

DOI: <https://doi.org/10.18568/1980-4865.122I-II>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=557561286008>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

UAEM redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Editorial

Prezados leitores e colaboradores da Internext,

É com satisfação que disponibilizamos o segundo número do volume 12 da Internext, o primeiro em que a revista tem a classificação B2 do Qualis Periódicos.

Nesse número, temos seis artigos que, acredito, todos trazem contribuições teóricas e gerenciais importantes, bem com sugestões promissoras de novas questões de investigação. Destaco algumas dessas contribuições e questões nesse editorial.

Em “O PERFIL DO GESTOR UNIVERSITÁRIO DE COOPERAÇÃO INTERNACIONAL NO BRASIL”, Fernanda Geremias Leal, Rafaela Ribeiro Céspedes, Luciane Stallivieri traçam o perfil dos gestores de cooperação internacional das universidades públicas federais brasileiras. A partir da análise de dados de 46 dessas instituições, identificam os aspectos positivos e os problemas do posicionamento do setor de relações internacionais na estrutura universitária e da experiência pessoal dos gestores com atividades de natureza internacional. Dada a relevância e atualidade do tema da internacionalização das universidades, no aspecto intercâmbio de estudantes e professores entre outros e, dada também a carência de informações sobre esses setores nas universidades, essa é uma contribuição oportuna e essencial para os que se pesquisam ou militam na gestão universitária em geral e na sua internacionalização em particular.

Em POLITICAL PERSPECTIVES OF RELATIONSHIP NETWORKS TO INTERNATIONALIZATION OF FIRMS IN AN EMERGING COUNTRY, Jefferson Marlon Monticelli, Silvio Luís de Vasconcellos e Ivan Lapuente Garrido analisam, usando como perspectiva teórica o neo-institucionalismo político, como as instituições, principalmente o governo, influenciam a internacionalização do setor vinícola do Brasil. Contribuem para o entendimento de como se dá a relação política no interior dos setores econômicos e entre governo e setores empresariais. Dificilmente uma contribuição acadêmica poderia se encaixar melhor do que essa no contexto institucional brasileiro hoje.

EXPANSION MODE CHOICES: THE CASE OF US MULTINATIONALS IN BRAZIL, de Juliana Carvalho Sampaio Tourinho Tourinho e Hsia Hua Sheng analisam as decisões de tomadas por 10 grandes e experientes multinacionais no Brasil entre 2004 e 2013, identificando os possíveis motivos dessas decisões. O estudo

Editorial

encontra evidências que apoiam a teoria de ativos complementares de Jean-François Hennart, de que os ativos locais complementares têm dono e que o acesso a eles implica custos de transação. O artigo adiciona detalhes à teoria, uma das formas clássicas de contribuições dos estudos de casos (Ridder, Hoon, & Mccandless, 2009).

EMPIRICAL ANALYSIS OF 'LEVEL OF COMFORT' AMONG INTERNATIONAL WORKERS MULTINATIONAL FIRMS, de Vijesh Jain, Susana Costa e Silva desenvolve um instrumento para medir o nível de conforto de trabalhadores de multinacionais em trabalhar com nacionais de culturas nacionais diferentes das suas. Os autores aplicam esse instrumento a uma amostra de 550 trabalhadores de 14 nacionalidades e desenvolvem um ranking dos níveis de conforto desses trabalhadores em interagir com os nacionais das outras culturas. Além de disponibilizar um instrumento útil para pesquisadores e empresas querendo avaliar nível de conforto, o artigo elabora o conceito de conforto cultural e sua relação com competência cultural e as dimensões de Hofstede, Trompenaars e Globe.

Em 'IF I HUFF AND I PUFF'. FOUNDATIONS FOR BUILDING BRAZIL'S IMAGE: EVIDENCE FROM AN INTERNATIONAL SYSTEMATIC REVIEW, Fabiana Gondim Mariutti, Ralph Tench, Maria Gabriela Montanari, Janaina de Moura Engracia Giraldi a partir de revisão sistemática da literatura sobre o construto imagem país e da sua relação com a teoria sobre país de origem analisam as mudanças recentes da situação econômica, política e social brasileira. Concluem que ainda há grande potencial para pesquisas que avancem o conhecimento teórico e metodológico sobre a imagem de países em geral e do Brasil em particular.

Em NÍVEL DE COMPETITIVIDADE DOS PRODUTOS EXPORTADOS POR MINAS GERAIS, Felipe Lopes Vieira Vasconcelos, Elisa Maria Pinto da Rocha, Jane Noronha Carvalhais analisam, usando o Índice de Vantagem Competitiva Revelada, a competitividade da pauta de exportações e de regiões do estado de Minas Gerais, demonstrando que vários desses produtos e territórios podem ter suas exportações estimuladas. O estudo reforça a importância da teoria ricardiana para o desenvolvimento de localidades e tem implicações para gestores e formuladores de políticas de incentivo a esse desenvolvimento, a medida em que propõe e exemplifica como calcular a competitividade internacional de produtos e locais.

Boa leitura a todos.

Ilan Avrichir

Editor-Chefe