



Revista Alcance

ISSN: 1413-2591

[alcance@univali.br](mailto:alcance@univali.br)

Universidade do Vale do Itajaí

Brasil

LAVIGNE FUTURO, RICARDO; HANANIA VIANNA, NADIA WACILA  
DISTÂNCIA PSÍQUICA E INVESTIMENTOS DIRETOS EXTERNOS BRASILEIROS

Revista Alcance, vol. 22, núm. 4, outubro-diciembre, 2015, pp. 553-569

Universidade do Vale do Itajaí

Biguaçu, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477747169007>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

## **DISTÂNCIA PSÍQUICA E INVESTIMENTOS DIRETOS EXTERNOS BRASILEIROS**

### **PSYCHIC DISTANCE AND DIRECT EXTERNAL INVESTMENTS BY BRAZILIAN COMPANIES**

### **DISTANCIA PSÍQUICA E INVERSIONES EXTERNAS DIRECTAS BRASILEÑAS**

**RICARDO LAVIGNE FUTURO**

Mestre

Universidade Paulista - Brasil  
[professor.ricardofut@gmail.com](mailto:professor.ricardofut@gmail.com)

**NADIA WACILA HANANIA VIANNA**

Doutora

Universidade Paulista - Brasil  
[nhvianna@terra.com.br](mailto:nhvianna@terra.com.br)

Submetido em: 07/02/2015

Aprovado em: 14/01/2016

Doi: [alcance.v22n4.p552-569](https://doi.org/10.24457/alcance.v22n4.p552-569)

#### **RESUMO**

Esta pesquisa busca investigar a influência da distância psíquica sobre a seleção dos mercados em investimentos diretos externos (realizada por empresas brasileiras após o ano 2000) e verificar se o modelo de Uppsala ainda explica o caso brasileiro. Desta forma, contribui com o campo de estudo de processos de internacionalização. A pesquisa é quantitativa e utiliza as análises fatorial e de correlação, e as escalas de distância psíquica, desenvolvidas por Dow e Karunaratna (2006). No modelo de Uppsala, as empresas procuram primeiro países com menor distância psíquica (fator de incertezas) e depois com maior distância psíquica. Portanto, quanto maior a distância psíquica, menor a probabilidade das empresas em estabelecer-se naquele país, e a aprendizagem a partir da experiência no exterior aumenta tal probabilidade. Os testes estatísticos realizados sugerem que pode ser admitida a existência de associação entre distância psíquica e quantidade de entradas, assim como entre a distância psíquica e o tempo de experiência no mercado internacional, porém é fraca essa correlação.

Palavras chave: Distância psíquica. Investimento direto externo. Seleção de mercados.

#### **ABSTRACT**

This research investigates the influence of psychic distance on the selection of markets for direct foreign investment by Brazilian companies since the year 2000, and investigates whether the Uppsala model is still applicable to Brazil. It therefore contributes to the field of research of internationalization processes. This is a quantitative study, and uses factor analysis and correlation analysis supported by the psychic distance scales developed by Dow and Karunaratna (2006). The Uppsala model states that companies look first to countries with a low psychic distance, and then to countries with a greater psychic distance. Therefore, the greater the psychic distance, the less likely it is that a company will establish new business in that country. However, the process of learning from experience in the foreign markets increases this likelihood. The statistical tests carried out suggest that there is a correlation, albeit a weak one, between psychic distance scales and number of entries to foreign countries, and between psychic distance scales and international experience.

**Key words:** Psychic distance. Foreign direct investments. Market selection.

#### **RESUMEN**

Este trabajo se propone investigar la influencia de la distancia psíquica sobre la selección de los mercados en inversiones directas externas (realizadas por empresas brasileñas después del año 2000) y verificar si el modelo de Uppsala todavía explica el caso brasileño. De esta manera, contribuye con el campo de estudio de procesos

de internacionalización. El estudio es cuantitativo y utiliza el análisis factorial y de correlación y las escalas de distancia psíquica desarrolladas por Dow y Karunaratna (2006). En el modelo de Uppsala las empresas buscan primero países con menor distancia psíquica (factor de incertidumbre) y después con mayor distancia psíquica. Por lo tanto, cuanto mayor la distancia psíquica, menor la probabilidad de que las empresas se establezcan en aquel país, y el aprendizaje a partir de la experiencia en el exterior aumenta tal probabilidad. Las pruebas estadísticas realizadas sugieren que se puede admitir la existencia de una asociación entre la distancia psíquica y la cantidad de entradas, así como entre la distancia psíquica y el tiempo de experiencia en el mercado internacional, aunque esa correlación es débil.

Palabras clave: Distancia psíquica. Inversión directa externa. Selección de mercados.

## 1. INTRODUÇÃO

Desde a abertura econômica dos anos 1990, as empresas brasileiras estão expandindo seus negócios para o exterior de forma mais intensiva como estratégia de crescimento e diversificação, mudando a maneira de atuar para se adaptar à dinâmica de competição global (CYRINO; BARCELLOS, 2006; CYRINO; BARCELOS; TANURE; 2010). Enfrentam um grande desafio estratégico devido a vários acontecimentos que transformaram seu panorama competitivo (AKHTER; MACHADO, 2014).

O movimento de internacionalização nas empresas brasileiras está evoluindo e apresenta amadurecimento, com o crescimento do número de operações e a utilização de estratégias mais comprometidas no ingresso e na expansão nos mercados internacionais (CYRINO; OLIVEIRA JR.; BARCELLOS, 2010), tendo as empresas assimilado novas operações para atender ao consumidor final, ou para fazer parte da sua cadeia de produção por meio da integração (COELHO, 2011).

A crescente participação do Brasil nos mercados internacionais, como um fenômeno novo e em desenvolvimento e em um país emergente, vai ao encontro da necessidade de pesquisas fora do *mainstream* acadêmico, concentradas nos países desenvolvidos (COELHO, 2011; GUEDES, 2010). Considerados entrantes tardios (*late movers*) na internacionalização, países emergentes como Brasil e Índia não conseguem produzir muitos casos de sucesso sustentável (BARTLETT; GHOSHAL, 2000) e têm uma série de dificuldades para garantir sua inserção no mercado internacional (BRASIL, 2009).

[...] não é ocioso ressaltar que o contexto atual urge pesquisas e reflexões acadêmicas que não apenas foquem esses países emergentes, mas que releiam e reformulem as raízes e os modelos teóricos nórdicos e norte-americanos de análise e interpretação do fenômeno da internacionalização, seus padrões, determinantes e dinâmicas, contextualizando-os nesses países. (COELHO, 2011, p. 411).

Neste sentido, os Investimentos Diretos Externos (IDE) e a distância psíquica aplicados à realidade das companhias domésticas oferecem campo de pesquisa que pode ser explorado para melhor compreender o fenômeno da internacionalização brasileira.

No que tange aos IDE realizados pelas empresas brasileiras, seu histórico indica que essas empresas estão optando cada vez mais por esse modo de entrada, evidenciando uma mudança de comportamento dessas companhias em direção à internacionalização. Após um período de ensaio e de preparação, os IDE brasileiros passaram para uma aceleração agressiva sem precedentes a caminho da globalização, segundo Arbix e Caseiro (2011). De 2004 a 2008, a saída de IDE brasileiro (*OFDI - outward foreign direct investment*) atingiu uma média de USD 13,6 bilhões, enquanto a saída total não excedia USD 3 bilhões anuais anteriormente (ARBIX; CASEIRO, 2012).

Apesar do tema “Investimentos Diretos Externos” ser bastante explorado no meio acadêmico internacional, com críticas como as de Buckley (2002), afirmando que a agenda das pesquisas relacionadas a negócios internacionais está perdendo força (*“running out of steam”*), essa pesquisa visa atender ao chamado de Dow e Ferencikova (2007), por testes da metodologia de Dow e Karunaratna (2006) em diferentes países, e de Griffith, Cavusgil e Xu (2008), os quais sugerem pesquisas (1) dando continuidade à aplicação das perspectivas teóricas existentes para avançar a compreensão das áreas de pesquisa de negócios internacionais tradicionais, e (2) atendendo à necessidade de se desenvolver novas teorias para explicar os fenômenos emergentes relativos aos negócios internacionais.

Por sua vez, segundo Dow (2009, p.2), “a distância psíquica é um dos construtos mais fundamentais no campo dos negócios internacionais”, citado em estudos abrangendo a predição de diversas questões relativas à internacionalização de empresas, abordando temas como decisão em exportação, seleção de mercados, modos de entrada, *performance* internacional, grau de adaptação em mercados estrangeiros e outros fenômenos internacionais.

No modelo de Uppsala ou *Internationalization Process Model (IP model)*, a distância psíquica constitui-se no fator de incerteza que torna gradual o processo de decisão de internacionalização pelas companhias (JOHANSON; VAHLNE, 2006), inclusive na seleção de mercados. No Brasil, Hilal e Hemais (2003), Cyrino e Barcellos (2003), e Cyrino, Barcellos e Tanure (2010) apresentam evidências empíricas extraídas de pesquisas sobre o processo de internacionalização de empresas brasileiras. Suas pesquisas confirmam os principais pontos advogados pela Escola de Uppsala nos IDE realizados até 2001, no que tange ao gradualismo e à influência da distância psíquica.

Contudo, como expõem Griffith, Cavusgil e Xu (2008,), respostas provenientes de tempos passados não necessariamente são relevantes no contexto internacional atual. Desta forma, revisitar a aplicabilidade do modelo de Uppsala em uma nova dinâmica dos IDE brasileiros pode fornecer indicativos sobre os novos processos de internacionalização das organizações nacionais. A aceitação do modelo indicará que avançar por estágios continua na pauta da formulação de estratégias pelas companhias brasileiras, enquanto a refutação do modelo poderá dar estímulos a outros estudos que visem explicar o caso brasileiro.

Diferentemente das abordagens perceptivas de distância psíquica, Dow e Karunaratna (2006) propõem a utilização de medidas objetivas e a realização de mensuração quantitativa da influência da Distância Psíquica sobre processos de internacionalização. Para tanto, desenvolveram uma metodologia que usa escalas de distância psíquica, medidas a partir das diferenças entre indicadores nacionais selecionados, os Fatores de Estímulo à Distância Psíquica (*Psychic Distance Stimuli*).

Com base no modelo desenvolvido por Dow e Karunaratna (2006), a questão norteadora desta pesquisa foi definida como: os fatores de estímulo à distância psíquica influenciaram as empresas brasileiras na seleção de mercados?

O objetivo desta pesquisa é, portanto, conhecer se a distância psíquica teve influência na seleção de mercados para a realização de IDE por empresas brasileiras entrantes no cenário internacional a partir de 2001, dando sequência às investigações realizadas pelos autores Hilal e Hemais (2003), Cyrino e (2003), e Cyrino, Barcellos e Tanure (2010).

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Tendo Johanson, Vahlne e Weidersheim-Paul como seus principais expoentes (ROCHA; ALMEIDA, 2006), o modelo comportamental de Uppsala ou modelo do Processo de Internacionalização (*IP model*) foi desenvolvido a partir de observações das ações de empresas, que indicaram ser o processo de internacionalização produto de uma série de decisões incrementais (JOHANSON; VAHLNE, 1977).

Neste modelo a distância psíquica consiste num fator de incerteza, que leva seus gestores a optar por estágios gradativos de internacionalização (JOHANSON; WIEDERSHEIM-PAUL, 1975; JOHANSON; VAHLNE, 1977), pois tendem a se acautelar ao buscar outros mercados (ROCHA; ALMEIDA, 2006). À medida que avança em seu processo de internacionalização, a companhia realiza ajustes incrementais em resposta a mudanças nas condições da firma e do ambiente em que ela atua (JOHANSON; VAHLNE, 1977), refletindo um processo cumulativo de aprendizagem adquirida no ambiente internacional (O'GRADY; LANE, 1996; HILAL; HEMAIS, 2003).

Tal processo implica uma progressão ou sequência de entrada das firmas no mercado internacional, sustentadas pelo aprendizado e pelo consequente comprometimento incremental em mercados estrangeiros (JOHANSON; VAHLNE, 2006).

As suposições básicas deste modelo são que a falta de conhecimento [sobre os mercados estrangeiros] é um obstáculo importante para o desenvolvimento das operações internacionais, e que o conhecimento necessário [para realizá-las] pode ser adquirido basicamente por operações no exterior. Isso leva a duas direções de internacionalização distintas: aumento do envolvimento da firma num país estrangeiro individual [modos de entrada], e o sucessivo estabelecimento de operações em novos países [seleção de mercado]. (JOHANSON; VAHLNE, 1977, p.23, tradução nossa).

Os eventos subsequentes de internacionalização baseiam-se no aprendizado experimental de eventos anteriores, que reduz o fator de incertezas e dá suporte a decisões de maior comprometimento neste processo (JOHANSON; VAHLNE, 2006). Nesse sentido é a experiência efetiva em negócios internacionais, a qual traz o conhecimento necessário para o envolvimento em atividades no exterior, que pode ser conquistado apenas de forma gradual (VIANNA; ALMEIDA, 2011). O ritmo e o padrão de internacionalização são influenciados pela capacidade de aprendizagem e pela experiência de internacionalização da companhia (AMAL; AWUAH; RABOCH *et al.*, 2013). Portanto “a variável dependente é o comprometimento e a variável independente é a experiência” (JOHANSON; VAHLNE, 2006, p. 165).

Apesar das críticas, como de Moen e Servais (2002), Shrader, Oviatt e McDougall (2000), O’Grady e Lane (1996), Sullivan e Bauerschmidt (1990), Hedlund e Kverneland (1985), dentre outros que apresentam contradições do modelo de Uppsala, é inegável a sua longevidade, que permanece estimulando a produção do meio acadêmico, como apontam os principais temas do estudo de Griffith, Cavusgil e Xu (2008).

São muitas as definições conceituais da distância psíquica. No desenvolvimento do modelo da escola Uppsala, Johanson e Vahlne usaram como conceito de distância psíquica a soma dos fatores que restringem o fluxo de informações advindas e enviadas para o mercado externo (JOHANSON; VAHLNE, 1977). Mais tarde a definem como fatores que tornam difícil a compreensão de ambientes estrangeiros (JOHANSON; VAHLNE, 2009).

Por sua vez, investigando a relação entre modos de entradas, distância psíquica e *performance* no ambiente internacional, O’Grady e Lane consideram que a distância psíquica consiste no: “[...] grau de incerteza da firma em relação aos mercados externos, resultante das diferenças culturais e de outras dificuldades dos negócios, que apresentam barreiras de aprendizado sobre o mercado e sobre como lá operar” (O’GRADY; LANE, 1996, p. 330, tradução nossa).

Mesmo existindo diferentes definições, Dow (2006) afirma que a mensagem principal se mantém a mesma:

A Distância Psíquica é uma coleção de fatores que interrompem o fluxo de informação entre mercados, inibindo a habilidade da firma de aprender sobre os mercados estrangeiros e criando um nível de incerteza sobre esses mercados nas mentes dos gestores das firmas. (DOW, 2006, p. 4, tradução nossa).

Akhter e Machado (2014) explicam que, quando a percepção de distância psíquica é grande, construir novas relações se torna um desafio por causa das muitas barreiras psicológicas e sociais. Esses obstáculos desencorajam as empresas em assumir maiores compromissos com os mercados.

Desta forma, a distância psíquica diz respeito às semelhanças e às diferenças existentes entre diferentes países. Para O’Grady e Lane (1996, p.310, tradução nossa), “as similaridades entre países são mais fáceis de gerenciar do que as dissimilaridades”, portanto os gestores tendem a escolher países mais similares ou psiquicamente próximos. Kogut e Singh (1988) sugerem que é mais fácil para as empresas aprenderem sobre países psiquicamente mais próximos.

[...] a internacionalização frequentemente teve início em mercados estrangeiros que eram próximos do mercado doméstico em termos de distância psíquica [...]. As empresas então iriam gradualmente entrar em outros mercados que estavam mais longe em termos de distância psíquica [...]. Esse processo teve a sua origem no ônus do estrangeirismo, um conceito que originalmente explicou por que um investidor estrangeiro precisava ter uma vantagem específica da firma para mais do que compensar esse ônus [...]. Quanto maior a distância psíquica maior é o ônus do estrangeirismo. (JOHANSON; VAHLNE, 2009, p.1412, tradução nossa).

A distância psíquica entre mercados reduzem a percepção de oportunidades noutro mercado pelos gestores, assim como eleva o risco de a firma estar tanto incapaz de capitalizar tais oportunidades ou de estar enganada sobre essas (DOW; FERENCIKOVA, 2007, p.5). “O efeito líquido [...] é de reduzir a propensão da firma em tentar explorar oportunidades em outros mercados” (DOW; FERENCIKOVA, 2007, p.5, tradução nossa).

Assim sendo, é pressuposto que países com maior distância psíquica em relação ao país de origem gerem maior grau de incerteza, e menor deve ser a propensão a receber IDE e vice-versa, o que levou à definição da primeira hipótese da pesquisa:

H<sub>1</sub>: a quantidade de entradas de IDE das empresas brasileiras é negativamente correlacionada à distância psíquica dos países escolhidos.

Considerando-se que a aprendizagem reduz a incerteza, é possível admitir que o estabelecimento de relações com outros países tende a se iniciar com aqueles psicologicamente próximos, seguindo depois para os mais distantes (SOTTO MAYOR; FERREIRA, 2006). Por conseguinte, maior deve ser o tempo necessário de experiência com IDE para que se realize IDE em países psiquicamente mais distantes, em contraste com países com menor distância psíquica em relação ao país origem, raciocínio que leva ao estabelecimento da segunda hipótese da pesquisa:

H<sub>2</sub>: o tempo de experiência no ambiente internacional desde o primeiro IDE é positivamente correlacionado com a distância psíquica em relação ao país escolhido.

Dow e Karunaratna (2006) reforçam que a distância psíquica entre países, em suas diversas dimensões, é relevante no estabelecimento de negócios internacionais. Sendo uma percepção subjetiva individual, as diferenças entre as características de dois países influenciam os executivos ao decidirem por internacionalizar uma companhia. Tais diferenças entre países são os Fatores de Estímulo a Distância Psíquica (*Psychic Distance Stimuli*), conforme denominação de Dow e Karunaratna (2006). Os autores afirmam que a vantagem dessa abordagem é que as variáveis nacionais são mais estáveis, acessíveis e mais fáceis de medir do que a percepção do decisor momentos antes da decisão crítica.

Segundo Johanson e Vahlne (1977), os fatores que criam distância psíquica são diferenças de linguagem, educação, práticas de negócios, cultura e de desenvolvimento industrial, cada um correspondendo a uma dimensão de distância psíquica.

Outros autores adicionaram variáveis explicativas à lista de fatores que criam distância psíquica: Boyacigiller (1990) incluiu religião dominante, desenvolvimento econômico e níveis de imigração; já Evans, Treadgold e Mavondo (2000) recomendaram a linguagem, práticas de negócios, sistema político e legal, educação, desenvolvimento econômico, infraestrutura de *marketing*, estrutura industrial e cultura; enquanto O'Grady e Lane (1996) ressaltaram especialmente aspectos como ambiente legal e competitivo do mercado, além da cultura. Dow e Karunaratna (2006) consideraram oito fatores, sendo estes: cultura, linguagem, nível de educação, desenvolvimento industrial, sistema político, religião, fuso horário e relação de colonialismo.

Cabe diferenciar a distância psíquica das abordagens de distância feitas por Hofstede e Ghemawat. Hofstede concentra seus estudos na distância cultural. São cinco as dimensões das medidas de Hofstede que diferenciam as culturas nacionais: distância hierárquica ou distância do poder; necessidade de controle da incerteza, individualismo e coletivismo; masculinidade; feminilidade; e orientação de longo prazo *versus* de curto prazo (KOGUT; SINGH, 1988, p. 422). Nas palavras de Tanure e Duarte (2006, p.195), a cultura nacional é conceituada como num "conjunto de valores, premissas e sentimentos adquiridos desde a infância pela população, nas fronteiras da nação, e serve de base para que essa população se organize, estabeleça regras e para que os indivíduos interajam". Já Ghemawat (2001) relaciona as dimensões distância entre países que são relevantes no estabelecimento de negócios internacionais e devem ser consideradas pelos decisores. São estas as dimensões: Cultural, Administrativa, Geográfica e Econômica (CAGE).

É importante salientar que cada fator de distância psíquica pode ter graus diferentes de influência sobre as decisões de internacionalização em diferentes empresas, como evidenciado em Freeman, Giroud, Kalfadellis *et al.* (2012), que encontraram respostas díspares entre *born-globals*, entrantes recentes e entrantes antigos frente à relação dos fatores de distância psíquica e fatores ambientais do país hospedeiro com o incremento do comprometimento em IDE. No mesmo sentido, também é inadequado acreditar que esses fatores e suas medidas são homogêneos dentro de uma nação, como reconhecem O'Grady e Lane (1996) e Dow e Karunaratna (2006).

Contudo o presente estudo busca investigar o comportamento agregado de uma população, não exigindo a diferenciação entre tipos de empresas, assim como, segundo O'Grady e Lane (1996) e Dow e Karunaratna (2006), tornando apropriado o uso das medidas médias da população, isto é, indicadores nacionais macro dos fatores de estímulos à distância psíquica. Foram utilizadas dimensões de distância psíquica, em linha com o estudo de Dow e Ferencikova (2007).

### 3. METODOLOGIA DE PESQUISA

Para a mensuração de distância psíquica, utilizou-se a metodologia proposta por Dow e Karunaratna (2006), a qual usa medidas quantitativas objetivas por meio de escalas. As escalas de distância psíquica são calculadas pelas diferenças entre variáveis nacionais macro dos fatores de estímulo a distância (DOW; KARUNARATNA, 2006), ou seja, os indicadores que dirigem as percepções (EVANS; TREADGOLD; MAVONDO, 2000) a partir das quais os decisores baseiam suas análises (DOW; KARUNARATNA, 2006).

Tal metodologia busca oferecer maior poder explicativo aos estudos envolvendo distância psíquica, pouco presente em um grande número de publicações recentes segundo Dow e Karunaratna (2006).

A abordagem objetiva para o estabelecimento de negócios internacionais também é usada Ghemawat (2001). Ao desenvolver a matriz CAGE, utiliza dimensões nacionais, isto é, medidas objetivas, como proxy de atributos, que criam as diferenças entre países.

Em linha com os pressupostos do modelo de Uppsala no que tange à influência da distância psíquica, o objetivo da pesquisa foi verificar se a distância psíquica está associada à seleção de mercados e ao tempo de experiência das companhias brasileiras na modalidade de IDE de empresas brasileiras a partir de 2001, isto é, para novos entrantes no mercado internacional.

O processo de pesquisa foi separado em três etapas. Na primeira foram levantados os IDE realizados, buscando dados de: mercado destino (país receptor) do IDE; ano de realização do IDE e o modo de entrada de IDE, sendo este último filtro de caracterização de IDE.

Usando um critério não probabilístico, a amostra foi constituída pelas maiores empresas de capital nacional, que apresentavam envolvimento internacional por meio de IDE a partir de 2001, dentre as 1000 maiores nos 18 setores econômicos abrangidos na pesquisa da publicação "Maiores e melhores – as 1000 maiores empresas do Brasil", edição de 2012 da revista Exame (2012). Para obter participação de todos os setores listados, buscou-se incluir ao menos uma empresa por setor.

A coleta de dados foi realizada por meio de levantamento de informações disponibilizadas nos *sites* institucionais das companhias na internet e/ou dos relatórios anuais divulgadas pelas companhias em notícias da imprensa. Em quatro empresas, os dados não estavam disponíveis em meio eletrônico e a informação foi solicitada por *e-mail* ao setor internacional de cada uma delas. Foi obtida resposta de apenas duas.

Como indicador de IDE foi considerada a presença de unidades físicas no exterior, composta por diversos tipos de unidades: escritórios comerciais próprios, centros de distribuição, unidades de produção, subsidiárias, filiais, sucursais e centros de pesquisa. Os modos de entrada de IDE incluíram investimento tipo *greenfield*, aquisição total ou parcial, fusão, alianças e *joint ventures*. Representantes comerciais não foram considerados.

Na segunda etapa foi realizado o levantamento dos fatores de estímulo à distância psíquica entre Brasil e países receptores dos IDE da amostra. Para cada dimensão da distância psíquica foi utilizada uma escala composta por variáveis, selecionadas por Dow e Karunaratna (2006), tanto para os países de origem quanto para os países de destino.

Convém salientar que as variáveis ou as escalas de distância psíquica são o resultado das diferenças entre indicadores calculados para os países e, para cada dimensão, foram determinados fatores únicos que representassem o agrupamento das medidas das escalas usando-se Análise Fatorial Confirmatória, tal como encontrado em Dow (2010). As cinco dimensões de distância psíquica, as suas respectivas variáveis e os indicadores, e as suas formas de medição estão explicitadas na Tabela 1. O Apêndice 1 contém a descrição das dimensões e de seus indicadores.

A partir das escalas de distância psíquica foi construído um índice composto de distância psíquica entre o Brasil e os países receptores dos IDE inclusos na amostra, para ser usado como indicador de distância psíquica, conforme segue:

$$DP_{DK} = \sum_{k=1}^5 [(I_{ijk})^2 / V_k] / 5$$

onde,  $DP_{DK}$  é a distância psíquica de  $k$  dimensões;  $I_{ijk}$  é diferença entre indicadores dos países  $i$  e  $j$  referente ao fator de estímulo na dimensão  $k$  de distância psíquica; e  $V_k$  é a variância da dimensão  $k$  de distância psíquica entre os países receptores de IDE.

Tabela 1 - Variáveis de estímulo à distância psíquica - Dow e Karunaratna

Variável	Descrição	Variável	Descrição
$L_1$	Distância entre a língua principal de $i$ e $j$	$R_1$ ij	Diferenças entre principal religião de $i$ e $j$
$L_2$	Incidência da língua principal de $i$ em $j$	$R_2$ ij	Incidência da religião principal de $i$ em $j$
$L_3$	Incidência da língua principal de $j$ em $i$	$R_3$ ij	Incidência da religião principal de $j$ em $i$
$Ling^F$	Diferença no fator de linguagem.	$Relig^F$	Diferença no fator religião.
$I_1$ ij	Diferença no PIB per capita entre $i$ e $j$	$E_1$ ij	Diferença em % de alfabetização entre $i$ e $j$
$I_2$ ij	Diferença no consumo de energia (equivalente Kg per capita) entre $i$ e $j$	$E_2$ ij	Diferença em % no segundo nível de educação entre $i$ e $j$
$I_3$ ij	Diferença em carros por 1000 habitantes entre $i$ e $j$	$E_3$ ij	Diferença em % no terceiro nível de educação entre $i$ e $j$
$I_4$ ij	Diferença % de trabalhadores não agrícolas entre $i$ e $j$	$Edu^F$	Diferença no fator educacional
$I_5$ ij	Diferença % do PIB industrial entre $i$ e $j$	$Edu^F$ (abs)	Valor absoluto da diferença no fator educacional
$I_6$ ij	Diferença % da população urbana entre $i$ e $j$	$D_1$ ij	Diferenças no <i>POLCON</i> entre $i$ e $j$
$I_7$ ij	Diferença de jornais impressos por 1000 habitantes entre $i$ e $j$	$D_2$ ij	Diferenças na <i>ModifPOLITY IV</i> entre $i$ e $j$
$I_8$ ij	Diferença de rádios por 1000 habitantes entre $i$ e $j$	$D_3$ ij	Diferenças dos direitos políticos da Freedom House entre $i$ e $j$
$I_9$ ij	Diferença de telefones por 100 habitantes entre $i$ e $j$	$D_4$ ij	Diferenças das liberdades civis da Freedom House entre $i$ e $j$
$I_{10}$ ij	Diferença de televisores por 1000 habitantes entre $i$ e $j$	$Dem^F$	Diferenças do fator de grau de democracia
$Des Ind^F$	Diferença no fator desenvolvimento industrial	$Dem^F$ (abs)	Valor absoluto das diferenças do fator de grau de democracia
$Des Ind^F$ (abs)	Valor absoluto da diferença no fator desenvolvimento industrial		

Nota: Adaptada de Dow e Karunaratna (2006, p. 588; tradução nossa).

O índice segue as metodologias utilizadas Dow e Ferencikova (2007), Kogut e Singh (1988) e Yeganeh (2013), apesar de existirem restrições, como apontadas em Gerschewski (2013), que sugere a padronização dos dados brutos das escalas de distância psíquica utilizando a variável  $z$ . Note-se que Kogut e Singh (1988) e Yeganeh (2013) empregaram essa metodologia para construção de um índice de distância cultural. Portanto foram utilizadas as variáveis *proxy*: (1) o fluxo de IDE determinado pela quantidade de entradas por mercado/país ( $Q\_En$ ); (2) a aprendizagem no exterior, isto é, as médias do tempo de experiência das entradas por mercado/país, medidas pelo tempo de experiência internacional em anos desde a primeira entrada de IDE da companhia ( $Exp\_En$ ); e (3) a distância psíquica medida pelo Índice de Distância Psíquica ( $DP_{DK}$ ), calculado a partir das Escalas de distância entre o Brasil e os países de destino segundo Dow (2010), nas dimensões:



diferenças de linguagem (Lang\_f), diferenças de religião (Relig\_F), diferenças de desenvolvimento industrial (ind\_f\_a), diferenças de nível de educação (Edu\_f\_a), e diferenças no grau de desenvolvimento democrático (Dem\_f\_a).

Ressalta-se que, devido à discrepância entre o período proposto para este estudo dos IDE e das escalas originais de Dow (2010), as escalas de distância psíquica relativas às dimensões de desenvolvimento industrial, educação, grau de democracia foram atualizadas, com as quais foram determinados fatores únicos usando análise fatorial para cada dimensão.

Os dados não disponíveis (televisões; rádios; emprego no setor não agrícola; matrículas no segundo grau; e matrículas no terceiro grau dentre outros) foram estimados utilizando-se diferentes critérios (extrapolação por meio de regressão; uso do dado disponível mais recente; ou o valor da escala original oferecida por Dow), conforme a disponibilidade. Todavia oito países que receberam IDE brasileiros foram excluídos da amostra por indisponibilidade de dados: Angola, Cabo Verde, Nicarágua, Bermuda, Curaçao (Caribe), Paraguai, Bolívia e Honduras.

Por fim, na terceira etapa, foi realizado o estudo da correlação e o teste das hipóteses 1 e 2. Utilizou-se coeficiente de correlação de Pearson, que indica a relação ou associação linear entre duas variáveis (LEVINE et al., 2011), e foi verificada a associação entre as variáveis *proxy*: (1) índice de distância psíquica e quantidade de entradas no mercado internacional; e (2) índice de distância psíquica e média do tempo de experiência das entradas no mercado internacional.

Para confirmação da existência de associação entre essas variáveis foram realizados: teste de existência da correlação (por meio da variável *t* – de Student) e teste para valores não nulos do coeficiente de correlação (por meio da variável *z* - transformação de Fisher). O teste de existência da correlação permite avaliar se existe relação linear estatisticamente significativa entre X e Y na população (LEVINE et al., 2011), a um nível de significância (estipulado em 5%) com *n-2* graus de liberdade, onde *n* é o número de observações. As hipóteses desse teste, de acordo com Levine et al. (2011, ), são descritas como segue:

a1) associação negativa entre distância psíquica e quantidade de entradas nos mercados internacionais

$H_0: \rho=0$  Não há correlação linear entre as variáveis na população;

$H_1: \rho<0$  A correlação linear entre as variáveis na população é negativa (cauda à esquerda)

b1) associação positiva entre distância psíquica e média do tempo de experiência de entrada em um mercado.

$H_0: \rho=0$  Não há correlação linear entre as variáveis na população;

$H_1: \rho>0$  A correlação linear entre as variáveis na população é positiva (cauda à direita).

O teste para valores não nulos de correlação na população ( $\rho$  diferente de zero) permite verificar se a correlação na população pode ser admitida como sendo igual a determinado valor estipulado, a um determinado nível de significância (utilizou-se 5%), tendo-se *z* com *n-3* graus de liberdade. Os valores de coeficiente de correlação utilizados para conjuntos de três testes com a variável *z* foram selecionados a partir da interpretação de Levine et al. (2011, ) dada para valor e correspondente intensidade da correlação; as hipóteses testadas são descritas como segue:

a2) Teste para hipóteses sobre distância psíquica e quantidade de entradas nos mercados

$H_0$ : Há correlação linear entre as variáveis distância psíquica e quantidade de entradas nos mercados internacionais na magnitude do valor sugerido por Levine et al. (2011).

$H_1$ : A correlação linear entre as variáveis difere do valor sugerido.

Foram realizados testes para os valores  $\rho = -0,3$ ;  $\rho = -0,6$ ;  $\rho = -0,9$ ; conforme Levine et al. (2011).

b2) Teste para hipótese sobre distância psíquica e média do tempo de experiência no exterior

$H_0$ : Há correlação linear entre as variáveis distância psíquica e a média do tempo de experiência no exterior na magnitude do valor sugerido por Levine et al. (2011).

$H_1$ : A correlação linear entre as variáveis difere do valor sugerido.

Foram realizados testes para os valores  $p=0,3$ ;  $p=0,6$ ;  $p=0,9$ ; conforme Levine et al. (2011).

Por fim, cabe ressaltar que todas as análises estatísticas foram conduzidas utilizando-se os *softwares IBM SPSS Statistics e Excel*.

#### 4. RESULTADOS

Das 1000 maiores empresas, segundo a Revista Exame em 2012, sendo que 349 empresas eram de capital nacional, selecionou-se amostra composta por 47 empresas que iniciaram seus IDE a partir de 2001, e realizaram 210 entradas via IDE, de 2001 a 2012 (Tabela 2) em 49 países (Tabela 3).

Tabela 2 - Empresas que compõem a amostra

. Acumuladores Moura	. Comp. Sid. Nacional	. Magnesita Refratários	. Termomecânica. São Paulo
. Aethra Sist. Automot.	. Conc.S. Anhanguera-Bandeirantes	. Marfrig Alimentos	. Votorantim Cimentos
. Agrale	. Contax	. Metalfrio Solutions	. Votorantim Met.Zinco
. Alpargatas	. Coop. de Prod. de Cana-de-açúcar e	. Minerva	. Vulcabras Azaléia
. Amaggi Expo. e Imp.	. Álcool do Est. SP	. Nadir Figueiredo Ind. Com.	
. Braskem	. Cosan Comb. Lubrif.	. Oi	
. Camil Alimentos	. Engevix Engenharia	. Oxiten Ind. Com.	
. Cemig Distribuição	. Eurofarma Lab.	. Positivo Informática	
. Centrais Elétricas. Brasileiras	. Galvão Engenharia	. Raízen Energia	
. Sabesp	. Grandene	. Scopus Tecnologia	
. Comp. Bras. de Estireno	. Intelbras	. Suzano Papel e Celulose	
. Comp.de San. de MG	. JBS AS	. Tel - Telecomunicações	

Tabela 3 - Entradas e média de experiência por país

País	Quantidade de Entradas (Q_En)	Média de anos de experiência (Exp_En)	País	Quantidade de Entradas (Q_En)	Média de anos de experiência (Exp_En)
ÁFRICA DO SUL	2	6,00	HOLANDA	5	2,00
ALEMANHA	4	5,50	HONDURAS <sup>a</sup>	1	3,00
ANGOLA <sup>a</sup>	4	2,50	HONG KONG	3	3,33
ARÁBIA SAUDITA	1	6,00	INGLATERRA	6	2,33
ARGÉLIA	1	4,00	IRÃ	1	5,00
ARGENTINA <sup>b</sup>	36	1,94	IRLANDA	2	3,00
AUSTRÁLIA	4	5,00	ISRAEL	1	4,00
BÉLGICA	1	5,00	ITÁLIA	2	6,00
BERMUDA <sup>a</sup>	1	0,00	LÍBANO	1	4,00
BOLÍVIA <sup>a</sup>	3	0,33	MALÁSIA	1	4,00
CABO VERDE <sup>a</sup>	1	9,00	MÉXICO	14	1,57
CHILE	11	1,73	MOÇAMBIQUE	2	5,50
CHINA	5	2,40	NICARÁGUA <sup>a</sup>	1	5,00
CINGAPURA	1	9,00	PANAMÁ	2	3,00
COLÔMBIA	8	2,63	PARAGUAI <sup>a</sup>	5	4,60
CORÉIA DO SUL	1	4,00	PERÚ	6	1,00
COSTA RICA	1	5,00	PORTUGAL	4	4,25
CURAÇAO (CARIBE) <sup>a</sup>	1	5,00	RÚSSIA	2	3,50
DINAMARCA	1	1,00	SUIÇA	1	0,00
EGITO	1	9,00	TAILÂNDIA	1	4,00
EQUADOR	1	5,00	TURQUIA	3	1,33
ESPANHA	2	1,00	URUGUAI	14	2,43
ESTADOS UNIDOS <sup>b</sup>	33	2,82	VENEZUELA	3	2,33
FRANÇA	5	2,00			

Nota: (a) Países excluídos da amostra para testes de correlação (8 países) por falta de dados. (b) Países excluídos da amostra para testes de correlação (2 países) por serem *outliers*.

Os países que mais receberam investimentos foram Argentina, Estados Unidos, México, Uruguai e Chile, representando juntos 51,4% das entradas via IDE. Os dados apontaram forte concentração das entradas nas Américas, com 64,7%. Países europeus receberam 15,6% das entradas e os demais continentes somaram 20% das entradas.

A Tabela 4 mostra as estatísticas descritivas relativas à quantidade de entradas e à média de anos de experiência por país e por empresa. Os dados mostram alta dispersão em torno das médias dos dados, tomando-se por base o coeficiente de variação (acima de 30%), os desvios padrão e a amplitude total (diferença entre valores máximo e mínimo).

Tabela 4 - Estatísticas descritivas da amostra dos IDE brasileiros

	Entradas por país	Entradas por empresa	Média de anos de experiência por empresa	Média de anos de experiência por país
Mínimo	1	1	0	0
Máximo	36	34	6	9
Média	4,468	5,385	1,563	3,640
Desvio padrão	7,138	6,302	1,878	2,164
Coefficiente de variação	1,598	1,170	1,202	0,595
Variância	50,950	39,717	3,528	4,683

Os índices de distância Psíquica ( $DP_{DK}$ ) do Brasil em relação aos países receptores de IDE estão expostos em forma de *ranking* na Tabela 5. O menor índice aponta o país psiquicamente mais semelhante, e o maior índice indica o país menos semelhante.

No que tange aos índices de distância Psíquica ( $DP_{DK}$ ) do Brasil em relação aos países receptores de IDE, as primeiras quatorze (14) posições da Tabela 5 mostram evidente proximidade com países sul e latino-americanos, países que possuem laços coloniais no continente americano conduzidos por Portugal e Espanha, com semelhanças ligadas à linguagem e à religiosidade. Religiosidade cristã e ou idiomas (língua) com a mesma origem também têm forte influência na proximidade psíquica com países como Portugal, Espanha, França e Itália.

Para Portugal, Argentina, Chile, Venezuela e Uruguai, as primeiras em posições de proximidade, os resultados ainda apontaram proximidade em relação ao nível de educação e sistema político, o que não foi observado para o fator desenvolvimento industrial.

Tabela 5 - Índice de distância psíquica entre Brasil e países receptores de IDE

Ordem	País	Continente	Índice $DP_{DK}$	Ordem	País	Continente	Índice $DP_{DK}$
1	Portugal	Europa	0,642	21	Hong Kong	Ásia	7,311
2	Argentina	Am. do Sul	4,564	22	Holanda	Europa	7,606
3	Chile	Am. do Sul	4,876	23	Malásia	Ásia	8,112
4	Venezuela	Am. do Sul	4,936	24	Rússia	Eurásia	8,136
5	Uruguai	Am. do Sul	4,943	25	Dinamarca	Europa	8,140
6	México	Am. do Norte	5,126	26	Alemanha	Europa	8,447
7	França	Europa	5,210	27	Tailândia	Ásia	8,452
8	Costa Rica	Am. Central	5,401	28	Cingapura	Ásia	8,509
9	Colômbia	Am. do Sul	5,466	29	Turquia	Eurásia	8,580
10	Espanha	Europa	5,693	30	Inglaterra	Europa	8,679
11	Panamá	Am. Central	5,737	31	Austrália	Oceania	8,859
12	Peru	Am. do Sul	5,775	32	Coreia do Sul	Ásia	8,974
13	Itália	Europa	5,812	33	Irã	Ásia	9,969
14	Equador	Am. do Sul	5,904	34	Moçambique	África	10,158
15	África do Sul	África	6,071	35	Estados Unidos	Am. do Norte	10,811
16	Bélgica	Europa	6,099	36	Argélia	África	11,084
17	Líbano	Oriente Méd.	6,222	37	China	Ásia	11,430
18	Israel	Oriente Méd.	6,869	38	Egito	África	11,578
19	Irlanda	Europa	7,188	39	Arábia Saudita	Oriente Méd.	12,122
20	Suíça	Europa	7,253				

Em consonância com os resultados da pesquisa de Dow e Karunaratna (2006), as dimensões de religião e a existência de relações de colonialismo foram estatisticamente significantes em todos os testes da referida pesquisa para o estabelecimento de proximidade entre os países.

Ao contrário da presente pesquisa, a dimensão de linguagem na pesquisa de Dow e Karunaratna (2006) apresentou significância estatística em uma de duas amostras testadas. Também destoava daquela pesquisa as dimensões de grau de democracia e educação, que nesta averiguação não tiveram relevância estatística para determinar proximidade.

Exposta na Tabela 6 está a matriz de correlações entre as variáveis *proxy*, incluindo: os fatores de estímulo à distância psíquica (escalas ou variáveis de cinco dimensões), o índice  $DP_{DK}$ , a quantidade de entradas e a média de anos de experiência por país. Ressalta-se que, para a quantidade de entradas, a correlação apontada no quadro não inclui os Estados Unidos e a Argentina, que se revelaram *outliers* (escore padronizado superior a três), somando ambos um total de 69 entradas de 2001 a 2012.

Tabela 6 - Matriz de correlação das variáveis (Brasil e países receptores de IDE)

	Lang_f	Relig_f	Ind_f	Edu_f	Dem_f	$DP_{DK}$	Q_En	Exp_En
Lang_f	1,000							
Relig_f	0,406	1,000						
Ind_f_a	0,131	-0,139	1,000					
Edu_f_a	-0,172	-0,035	0,378	1,000				
Dem_f_a	0,235	0,476	-0,164	-0,069	1,000			
$DP_{DK}$	0,573	0,640	0,399	0,417	0,562	1,000		
Q_En	-0,129	-0,372	-0,136	-0,178	-0,239	-0,368 (*)	1,000	
Exp_En	0,001	0,369	-0,035	0,257	0,363	0,319	-0,414	1,000

A matriz evidencia fraca correlação entre índice  $DP_{DK}$  com a quantidade de entradas (-0,368) e com o tempo de experiência (0,319). Quanto às quantidades de entradas, as correlações mostram maior associação com as variáveis relativas à religião (-0,372) e à democracia (-0,239). Para a média de anos de experiência, as correlações mostraram maior associação com fatores ligados à religião (0,369), à democracia (0,363) e à educação (0,257); porém, as variáveis linguagem e desenvolvimento industrial parecem não apresentar qualquer associação com a experiência.

Comparativamente, cabe ressaltar que os resultados da pesquisa de Dow e Karunaratna (2006) foram estatisticamente significantes, em todos os testes, nas dimensões de educação, grau de democracia, religião. Por sua vez, as dimensões de linguagem de desenvolvimento industrial apresentaram significância estatística em apenas uma de duas amostras testadas.

Contudo os dados da amostra apresentaram indícios estatisticamente significantes (para 5%) da influência dos fatores de estímulo de distância psíquica sobre os IDE. Conforme os resultados expostos na Tabela 7, o teste com a variável *t* indicou rejeição das hipóteses nulas. Sendo assim, pode-se admitir a existência de relação linear negativa entre o  $DP_{DK}$  e a quantidade de entradas na população, e a relação linear positiva entre o  $DP_{DK}$  e a média de anos de experiência na população.

Tabela 7 - Teste para valores nulos de correlação (por meio da variável *t*) para as hipóteses 1 e 2

Teste hipótese 1	Teste hipótese 2
$r = -0,3684$	$r = 0,3188$
$\alpha = 0,05$	$\alpha = 0,05$
$t_c = -2,344$	$t_c = 2,0456$
$t_\alpha = -1,6896$	$t_\alpha = 1,6871$
Análise: $t_c < t_\alpha$ (não rejeitar $H_0$ )	Análise: $t_c > t_\alpha$ (não rejeitar $H_0$ )

Já os resultados dos testes com a variável *z* estão expostos na Tabela 8. Para a correlação entre  $DP_{DK}$  e quantidade de entradas na população, os resultados apontam aceitação das hipóteses nulas para coeficientes de correlação de -0,3 e -0,6, isto é, é possível admitir a existência de correlações fracas e não tão fortes na população. Teste para valores superiores (-0,9) apontam rejeição da Hipótese nula, portanto não permitindo admitir a existência de associações fortes ao nível de 5% de significância.

Dow e Ferencikova (2007) revelam resultados no mesmo sentido, em que a distância psíquica mostra-se variável preditora da seleção de mercados. Ressalta-se que tal trabalho usou também um índice de distância psíquica entre países, criado a partir das escalas referidas neste trabalho.

Tabela 8 - Teste para valores não nulos da correlação (com a variável  $z$ )

QUANTIDADE DE ENTRADAS				
Qualidade da correlação <sup>a</sup>	-	fraca	não tão forte	forte
Coefficiente de correlação <sup>a</sup>	$r$	-0,3000	-0,6000	-0,9000
$z$ calculado	$z_c$	-0,5594	1,5765	5,9143
Análise <sup>b</sup> (Se $-1,96 < z_c < 1,96$ , aceitar $H_0$ )		não rejeitar $H_0$	não rejeitar $H_0$	rejeitar $H_0$

  

MÉDIA DO TEMPO DE EXPERIÊNCIA				
Qualidade da correlação <sup>a</sup>	-	fraca	não tão forte	forte
Coefficiente de correlação <sup>a</sup>	$r$	0,3000	0,6000	0,9000
$z$ calculado	$z_c$	0,1210	-2,1160	-6,6587
Análise <sup>b</sup> (Se $-1,96 < z_c < 1,96$ , aceitar $H_0$ )		não rejeitar $H_0$	rejeitar $H_0$	rejeitar $H_0$

**Nota:** (a) Os termos de qualidade e valores de correlação foram inferidos a partir de Levine et al. (2011, p. 115-116).

(b) A região de aceitação de  $H_0$  é conjunto de valores de  $z_c$  compreendidos no intervalo  $[-1,96; 1,96]$  para  $\alpha=0,05$ .

Para a associação entre  $DP_{DK}$  e média de anos de experiência das entradas na população, os resultados apontam aceitação da hipótese nula somente para coeficiente de correlação igual a 0,3. Os valores testados 0,6 e 0,9 para coeficientes de correlação apontam rejeição da Hipótese nula ao nível citado de significância. Sendo assim, é possível admitir a existência de correlação fraca.

No que diz respeito à relação entre tempo de experiência, os resultados corroboram com as pesquisas de Cyrino, Barcelos e Tanure (2010) e Cyrino e Oliveira Jr. (2003) mostram evidências do gradualismo no processo de internacionalização de empresas brasileiras promovido pelo ganho de conhecimento. Isso também ocorre relativamente ao trabalho de Turolla e Margarido (2008), o qual evidencia este fato demonstrando que investimentos passados afetam o comportamento futuro da série de IDEs, validando as hipóteses da Escola de Uppsala.

Portanto, em se tratando da realização de IDE pelas companhias brasileiras da amostra, entre 2001 e 2012, os resultados dão sinais de que os fatores de estímulo à distância psíquica tiveram alguma influência sobre a seleção de mercados. Os dados apontam leve tendência de que valores pequenos de  $DP_{DK}$  fazem par com valores altos de quantidade de entradas, e de que valores pequenos de  $DP_{DK}$  fazem par com valores pequenos de experiência e vice-versa. Isto é, para as empresas da amostra, há evidências de que países com maiores distâncias psíquicas em relação ao Brasil tendem a receber menos investimentos e a necessitar de maior tempo de experiência e vice-versa.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados apresentam indícios de que a distância psíquica continua em pauta na formulação de estratégias pelas companhias brasileiras em seus processos de internacionalização, especificamente para as empresas que estão nos seus estágios iniciais de internacionalização e que foram o objeto de estudo desta pesquisa.

O objetivo desta pesquisa foi verificar influência da distância psíquica sobre seleção de mercados de IDE por empresas brasileiras entrantes no cenário internacional a partir de 2001. Conforme o modelo Uppsala, quanto maior a distância psíquica, menor a probabilidade das empresas em estabelecer-se naquele país, e a aprendizagem a partir da experiência no exterior aumenta tal probabilidade. Desta forma, buscou-se dar continuidade às investigações realizadas pelos autores Hilal e Herais (2003), Cyrino (2003) e Cyrino, Barcellos e Tanure (2010).

Embora utilizem metodologia e amostras diferentes, os resultados apresentados não refutam os estudos anteriores de Hilal e Herais (2003), Cyrino e Oliveira Jr. (2003) e Cyrino, Barcellos e Tanure (2010) e sugerem que os principais pontos advogados pela Escola de Uppsala em relação à influência da distância psíquica podem ser sustentados.

As associações com tempo de experiência e com a quantidade de IDEs com o índice de distância psíquica mostraram-se fracas, no entanto, vistos separadamente (por dimensão) os resultados mostraram que

podem ser relevantes os fatores de religião, grau de democracia e, em menor grau, o fator de educação. Por sua vez, não é possível estabelecer essa associação com os fatores de linguagem e grau de industrialização. Conjuntamente, porém, o índice derivado dessas dimensões mostra que tal associação pode ser admitida.

Cabe evidenciar que esta pesquisa apresenta algumas limitações que não permitem a generalização dos resultados. Por servir-se de uma amostra não probabilística, obtida pelo critério intencional, as conclusões não podem ser estendidas à população de empresas. Não é possível extrapolar os resultados para períodos diferentes ao da pesquisa nem mesmo aplicá-lo ao IDE de companhias que tenham origem em outros países. Além disso, apesar de mudanças relativas à linguagem e à religião ocorrerem de forma muito lenta, tal presunção, ao utilizar as escalas originais de Dow (2010) sem atualização, também é limitação da pesquisa.

Outra limitação reside no fato de se focalizar no estudo apenas o coeficiente de correlação linear. Como revelaram os resultados, embora exista (para  $\alpha=5\%$ ), é fraca a associação do índice de Distância Psíquica com as quantidades dos IDE e com as médias de tempo de experiência, o que sugere a possibilidade de haver influência de outros fatores na seleção dos mercados. Dow e Karunaratna (2006), Dow e Larimo (2007) e Dow e Ferencikova (2007) reconhecem a importância de outras variáveis explicativas na internacionalização de empresas, como: PIB (Produto Interno Bruto), distância geográfica, existência de fronteiras geográficas comuns e existência de acordos de livre comércio, os quais podem ser maiores atrativos para a seleção de mercados. Tais variáveis podem explicar a concentração dos IDE para Argentina, Estados Unidos, enquanto Portugal, mesmo tendo o menor índice de distância psíquica frente ao Brasil, não atraiu uma grande quantidade de entradas no período.

Estudos futuros com modelos gravitacionais e análises de regressão, por exemplo, incluindo outras variáveis além da distância psíquica, as variáveis moderadoras, talvez possam oferecer subsídios para melhor entendimento do movimento do IDE brasileiro no período 2001-2012. Também serão pertinentes pesquisas de influência sobre modos de entrada e *performance* internacional. Além disso, o *ranking* de distância psíquica desenvolvido pode auxiliar análises em pesquisas direcionadas a setores selecionados da economia ou das empresas de outro porte como micros e pequenas empresas.

Por fim, a pesquisa ainda pode contribuir para estudos visando ao estabelecimento de relações comerciais com outros países e para o desenvolvimento de políticas públicas que objetivem a internacionalização de companhias brasileiras.

## REFERÊNCIAS

- AKHTER, S. H.; MACHADO, M. Internationalization dilemma for Brazilian firms: China vs. the greater Mercosur region. **European Business Review**, vol.26, 2014.
- AMAL, M.; AWUAH, G.B.; RABOCH, H. *et al.* Differences and similarities of the internationalization processes of multinational companies from developed and emerging countries. **European Business Review**, v.25, p.411-428, 2013.
- ARBIX, G.; CASEIRO, L. Destination and strategy of Brazilian multinationals. **Economics, Management, and Financial Markets**, New York, v.6(1), p. 207-238, 2011.
- \_\_\_\_\_. Determinants of the recent internationalization of Brazilian companies. In: THIRD COPENHAGEN CONFERENCE ON "EMERGING MARKETS", Oct. 2012, Copenhagen. P. 25-26.
- BARTLETT, C. A.; GHOSHAL, S. **Going global: Lessons from Late Movers**. Harvard Business Review, Mar-Abr, 2000.
- BOYACIGILLER, N. The role of expatriates in the management of interdependence, complexity and risk in multinational corporations. **Journal of International Business Studies**, v.21, n.3, 357-381, 1990.
- BRASIL. **Internacionalização de empresas brasileiras**. Brasília, DF: CAMEX, MDIC, Casa Civil da Presidência da República, MF, MRE, BNDES, IPEA, APEX, ABDI, 2009. Disponível em: <[http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl\\_1260377495.pdf](http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1260377495.pdf)>. Acesso em: 02 nov. 2011.
- BUCKLEY, P. Is the international business research agenda running out of steam? **Journal of International Business Studies**, v. 33(2), p. 365-373. 2002.
- COELHO, D. B. Novas reflexões sobre a internacionalização das empresas brasileiras. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.51, n. 4, p. 411-422. Jul/Ago. 2011.

- CYRINO, A. B.; BARCELLOS, E. P. Estratégias de internacionalização: evidências e reflexões sobre as empresas brasileiras. In: TANURE, B.; DUARTE, R. G. (Org.) **Gestão Internacional**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- \_\_\_\_\_. Influência da acumulação de conhecimento nas estratégias de Entrada em Mercados Internacionais: um estudo das maiores empresas brasileiras. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 2003, Atibaia, **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.
- CYRINO, A. B.; BARCELLOS, E. P.; TANURE, B. International trajectories of Brazilian companies: empirical contribution to the debate on the importance of distance. **International Journal of Emerging Markets**, v. 5, n. 3/4, p. 358-378, 2010. CYRINO, A. B.; OLIVEIRA JR., M. M.; BARCELLOS, E. P. Evidências sobre a internacionalização de empresas brasileiras. In: OLIVEIRA JR., M. M. O. (Orgs.) **Multinacionais Brasileiras: internacionalização, inovação e estratégia global**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- DOW, D. Factors moderating the impact of psychic distance: empirical tests on bi-lateral trade flows. The University of Melbourne. Melbourne Business School. **Selected work of Douglas Dow**. Jun. 2006. Disponível em: [http://works.bepress.com/douglas\\_dow/13](http://works.bepress.com/douglas_dow/13). Acesso: 27 Mai. 2012.
- DOW, D. Factors influencing perceptions of psychic distance. The University of Melbourne. Melbourne Business School. **Selected work of Douglas Dow**. Jun. 2009. Disponível em: [http://works.bepress.com/douglas\\_dow/19](http://works.bepress.com/douglas_dow/19). Acesso: 27 mai. 2012.
- DOW, D. Psychic distance scales. The University of Melbourne. Melbourne Business School. **Selected work of Douglas Dow**, 2010. Disponível em: <http://www.mbs.edu/home/dow/research/>. Acesso em: 26 jun. 2012.
- DOW, D.; FERENCIKOVA, S. The measurement and impact of psychic distance: testing a new scale on FDI in Slovakia. The University of Melbourne. Melbourne Business School. **Selected work of Douglas Dow**. Dec. 2007. Disponível em: [http://works.bepress.com/douglas\\_dow/11](http://works.bepress.com/douglas_dow/11). Acesso: 27 Mai. 2012.
- DOW, D.; KARUNARATNA, A. Developing a multidimensional instrument to measure psychic distance stimuli. **Journal of International Business Studies**, v. 37, n. 5. P.578-602. Set. 2006.
- DOW, D.; LARIMO, J. Entry Mode Choice: Testing New Approaches to Measuring Psychic Distance and International Experience. The University of Melbourne. Melbourne Business School. **Selected work of Douglas Dow**. Dec. 2007. Disponível em: [http://works.bepress.com/douglas\\_dow/10](http://works.bepress.com/douglas_dow/10). Acesso: 27 Maio 2012.
- EVANS, J., TREADGOLD, A.; MAVONDO, F. Explaining export development through psychic distance. **International Marketing Review**, v.17, n.2, 2000.
- EXAME.com. Editora Abril. 2012. **Maiores Empresas por Vendas Líquidas em 2011**. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/negocios/melhores-e-maiores/>. Acesso em: 10 maio 2013.
- FREEMAN, S.; GIROUD, A.; KALFADELLIS, P. *et al.* Psychic distance and environment: impact on increased resource commitment. **European Business Review**, v.24, p.351-373, 2012.
- GERSCHEWSKI, S. Improving on the Kogut and Singh metric of psychic distance. **Multinational Business Review**, v.21, p.257-268, 2013.
- GRIFFITH, David A., CAVUSGIL Salih Tamer; XU, Shichun. Emerging Themes in International Business Research. **Journal of International Business Studies**, v. 39, n. 7, pp. 1220-1235. Oct.-Nov/ 2008..
- GUEDES, A. L. Negócios internacionais e gestão internacional: evolução do campo teórico. In: OLIVEIRA JR., M. M. O. (Orgs.) **Multinacionais Brasileiras: internacionalização, inovação e estratégia global**. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- HEDLUND, G.; KVERNELAND, A. Are strategies for foreign market entry changing? The case of Swedish investments in Japan. **International Studies of Management and Organization**, v. 15, n.2, 1985
- HILAL, Adriana; HEMAIS, Carlos A. O Processo de Internacionalização na Ótica da Escola Nórdica: Evidências Empíricas em Empresas Brasileiras. **Revista de Administração Contemporânea**. vol.7 no.1 Curitiba Jan./Mar. 2003.
- JOHANSON, J.; WEIDERSHEIM-PAUL, F. The internationalization of the firm – four Swedish cases. **Journal of Management Studies**, 1975.



JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan-Erik. The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of International Business Studies**, v. 46, p23-32, 1977.

\_\_\_\_\_. Commitment and opportunity development in the internationalization process: a note on the Uppsala internationalization process model. **Management International Review**, v. 46, p165-178, 2006.

JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan-Erik. The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. **Journal of International Business Studies**, v. 40, p1411-1431, 2009.

KOGUT, B.; SINGH, H. The Effect Of National Culture On The Choice Of Entry Mode. **Journal of International Business Studies**; v. 19, n3; pg. 411-433, 1988.

LEVINE, et al. **Estatística: teoria e aplicações**. 5ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

MOEN, Oystein; SERVAIS, Per. Born global or gradual global? Examining the export behavior of small and medium-sized enterprises. **Journal of International Marketing**; v.10, n.3; 2002.

O'GRADY, S.; LANE, H. W. The Psychic Distance Paradox. **Journal of International business studies**, v. 27, n. 2, 1996.

ROCHA, A.; ALMEIDA, V. Estratégias de entrada e de operações em mercados internacionais. In: TANURE, B.; DUARTE, R. G. (Org.) **Gestão Internacional**. São Paulo: Saraiva, 2006.

SHRADER, Rodney C.; OVIATT, Benjamin M.; MCDOUGALL, Patricia Phillips. How new ventures exploit trade-offs among international risk factors: Lessons for the accelerated internationalization of the 21th century. **Academy of Management Journal**, v. 43, n.6. Dez 2000..

SOTTO-MAYOR FILHO, L.A.; FERREIRA, G.C. Internacionalização de Empresas de prestação de Serviços em Tecnologia de Informação: O Estudo de Caso de Duas Empresas Brasileiras. **Anais 30º Encontro da ANPAD. Salvador**, mai 2006.

SULLIVAN, D.; BAUERSCHMIDT, A. Incremental Internationalization: a test of Johanson and Vahlne's thesis. **Management International Review**, v. 30, p19-30, 1990.

VIANNA, N. W. H.; ALMEIDA, S. R. A decisão de internacionalizar. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v.6, n.2, p. 1-21, 2011.

YEGANEH, H. A compound index of cultural dimensions: implications and applications. **International Journal of Organizational Analysis**, v. 21, p53-65, 2013.

**APÊNDICE****APÊNDICE A - Descrição geral dos indicadores por dimensão de distância psíquica usados por Dow e Karunaratna (2006)**

Medidas e descrições das escalas de distância psíquica
<u>Medidas de diferenças de linguagem:</u> Foram desenvolvidos três indicadores para medir as diferenças de idiomas. A primeira medida (L1) é uma escala de cinco pontos que incide sobre a diferença entre os principais idiomas de quaisquer dois países. Ele reconhece que alguns conjuntos de idiomas são mais semelhantes do que os outros e podem ser agrupados em uma hierarquia conforme sua origem. A segunda e terceira medidas (L2 e L3) focam na incidência da linguagem principal de um país no outro país. Estes indicadores reconhecem a heterogeneidade das línguas dentro dos países. Os dados provenientes de linguagem Grimes e Grimes (1996).
<u>Medidas de diferenças de religião:</u> Três indicadores foram criados para medir as diferenças de religião. O primeiro indicador (R1) é uma escala de cinco pontos que incide sobre a diferença entre as religiões dominantes de quaisquer dois países. A segunda e terceira medidas (R2 e R3) focam na incidência da religião dominante no país de origem dentro do país receptor, e vice-versa. Os dados da religião vêm de Barrett (1982).
<u>Medidas de diferenças no desenvolvimento industrial:</u> Dez indicadores foram selecionados para representar o desenvolvimento industrial em nossas análises, com base nos instrumentos utilizados pelos Vahlne e Wiedersheim-Paul (1977) e Kobrin (1976). O primeiro item (I1ij) é a diferença de PIB per capita. Os segundo e terceiro (I2ij e I3ij) são as diferenças no consumo de energia e a propriedade do veículo. O quarto e quinto itens (I4ij e I5ij) são a porcentagem de emprego na agricultura e o percentual do PIB a partir de fabricação; este último foi excluído das análises devido ao baixo poder explicativo do índice. O sexto elemento (I6ij) é a diferença entre o grau de urbanização. Os últimos quatro itens (I7ij, I8ij, I9ij e I10ij) são medidas de diferenças no desenvolvimento das infraestruturas de comunicação (jornais, rádios, telefones e televisores por 1000 habitantes).
<u>Medidas de diferenças na educação:</u> Foi adotada uma combinação dos instrumentos existentes vindos de Kobrin (1976), Vahlne e Wiedersheim-Paul (1977) e Davidson e MCFE-cartucho (1985). A primeira medida (E1ij) é a diferença entre a taxa de alfabetização entre os países i e j. A segunda e terceira medidas (E2ija e E31j) são as diferenças na proporção da população inscrita no segundo e terceiro níveis de educação, respectivamente, depois de serem ajustadas para a proporção da população com menos de 15 anos de idade.
<u>Medindo diferenças no grau de democracia:</u> Diferenças no grau de democracia ou liberdade política entre os países são representadas por quatro variáveis. A primeira variável (D1ij) é a diferença em (2000) da escala POLCON Henisz entre países, que mede o grau de constrangimento político de um país. Essa escala foi usada pelo Goerzen e Beamish (2003) como um de seus indicadores de distância psíquica. A segunda variável (D2ij) é a diferença entre os países do instrumento Polity IV (GLEITSCH, 2003), medida amplamente respeitada da democracia e da autocracia, é variável segundo a nossa "democracia". As duas últimas variáveis vêm de <i>Freedom House</i> (2000). Os indicadores selecionados representam diferenças entre os países dos direitos políticos (D3ij) e das liberdades civis (D4ij) entre as nações. Nos quatro indicadores foi usado como medida um valor médio de um período selecionado.

Fonte: Adaptado de Dow e Karunaratna (2006, tradução nossa).