

1. Introdução

Neste capítulo apresenta-se a contextualização desta pesquisa, define-se o problema de pesquisa, objetivo, relevância e delimitação do estudo. Ao final, descreve-se como está estruturado este relatório.

1.1. Contextualização

O setor de serviços representa atualmente cerca de 70% do valor adicionado global (The World Bank, 2015), 63% do Investimento Estrangeiro Direto (IED) (UNCTAD, 2015) e é o setor econômico que mais emprega no mundo (Pla-Barber & Ghauri, 2012).

O comércio internacional de serviços, mesmo equivalendo a aproximadamente um quarto dos 19 trilhões de dólares do comércio global de bens, vem ganhando importância. Seu volume global ultrapassou 4,9 trilhões de dólares, em 2014, o que representa um crescimento de aproximadamente 5% sobre o ano anterior. Dentre os países emergentes, a Índia é a que tem maior participação, seguida da Turquia (Kundu & Lahiri, 2015). O Brasil tem reduzida participação: apenas 0,8% do volume global de exportações, ocupando a 32ª posição, em 2014, e 1,8% do volume de importações, ocupando a 17ª posição no mesmo ano (World Trade Organization, 2015).

A evolução do comércio internacional de serviços é recente. O incremento mais acentuado começou a ocorrer após a inclusão, em 1994, do *Generally Accepted Trade in Services* (GATS), na rodada do Uruguai, da Organização Mundial do Comércio. O GATS foi o primeiro acordo multilateral que versou sobre comércio de serviços. Ele contribuiu para reduzir drasticamente as barreiras ao comércio global de serviços nos países signatários do acordo (Clark & Rajaratnam, 1999; Javalgi & White, 2002) e, como consequência, resultou no aumento da internacionalização dos serviços (Cicic *et al.*, 1999; Grönroos, 1999; World Trade Organization, 2015). Tal crescimento do comércio de serviços não se

restringe apenas aos países desenvolvidos. Ele vem ocorrendo também nos países em desenvolvimento (Clark & Rajaratnam, 1999; Javalgi & White, 2002; World Trade Organization, 2015), cuja participação alcançou 34% do comércio global de serviços em 2014 (World Trade Organization, 2015).

Javalgi & White (2002) mencionam seis fatores que também teriam sido responsáveis pela expansão do setor de serviços no mundo:

- (1) a adoção de medidas de proteção à propriedade intelectual por diversos países que geraram confiança para a expansão de serviços;
- (2) a propensão mais favorável dos governos à ocorrência de IED e ao comércio internacional;
- (3) a formação de blocos econômicos regionais, que se tornaram grandes mercados para produtos e serviços;
- (4) a redução dos custos de transporte, que permitiu a movimentação de pessoas a menor custo;
- (5) o desenvolvimento de tecnologias de informação, que permitiram a comunicação mais rápida e a transmissão mais barata de dados; e
- (6) mudanças demográficas, como o aumento da afluência social e a maior presença da mulher no mercado de trabalho, que provocaram o aumento na demanda, tanto por serviços básicos, quanto por serviços mais complexos.

Dunning & Kundu (1995) adicionaram cinco fatores que teriam contribuído para a expansão do setor de serviços:

- (1) alta elasticidade da demanda de alguns serviços de alto valor;
- (2) maior agregação de valor a produtos por meio da incorporação de serviços;
- (3) agregação de serviços acessórios à oferta de empresas não produtoras de serviço;
- (4) aumento da importância dos serviços de marketing, pós venda e de manutenção no valor de produtos físicos; e
- (5) aumento na contratação de serviços de suporte, como por exemplo, financeiros, bancários, seguros e transporte.

Ao se analisar a participação dos serviços na economia brasileira, encontrou-se uma situação semelhante: o setor de serviços representou, no quinquênio 2010-2014, quase 70% do valor adicionado pelo setor produtivo

nacional e apresentou um crescimento médio anual de 1,9% (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2015).

Contudo, a despeito desta evolução real, o país continua apresentando uma balança de serviços deficitária em suas transações com o exterior. O saldo negativo vem aumentando nos últimos cinco anos e ultrapassou 48 bilhões de dólares em 2014. Esse resultado é decorrência direta do fato de que o país importa mais serviços do que exporta. Quase todos os itens analisados apresentam saldo negativo nas transações externas. Um exemplo são os serviços de telecomunicação, computação e informações, que registraram um saldo negativo em 2,2 bilhões de dólares. Um dos poucos itens que apresentou saldo positivo foi o de outros serviços de negócio, inclusive arquitetura e engenharia, que registrou um superávit de 12,7 bilhões de dólares (Banco Central do Brasil, 2015).

Observa-se que este déficit internacional da balança de serviços apresentado nas contas nacionais contrasta com a situação de certas economias desenvolvidas, as quais apresentam superávit na balança de serviços (Lovelock & Yip, 1996; World Trade Organization, 2015). Os Estados Unidos, por exemplo, vêm apresentando consistentes superávits comerciais em sua balança de serviços, os quais contribuem para amenizar o déficit na balança de bens (Bureau of Economic Analysis, 2014; World Trade Organization, 2015).

Assim, compreender melhor como desenvolver de forma efetiva uma estratégia internacional para os diferentes tipos de serviços é essencial para a competitividade de uma nação e para as empresas que dela fazem parte (Lovelock & Yip, 1996).

Ademais, no contexto atual, pode-se supor que a competitividade no setor de serviços irá impulsionar a economia global no século XXI, uma vez que os crescentes avanços nas tecnologias de informação e telecomunicações estão tornando mais fácil e rápida a comercialização de serviços através das fronteiras (Javalgi & Martin, 2007).

1.2.

Relevância do tema

A literatura sobre internacionalização de serviços é bastante esparsa e fragmentada, quando comparada à literatura de internacionalização de manufaturas (Javalgi & Grossman, 2014; Pla-Barber *et al.*, 2010). Analisando as

publicações em quatro dos principais periódicos em negócios internacionais e gestão internacional¹ e dois dos principais periódicos em marketing de serviços² e gestão de serviços, Apfelthaler & Vaiman (2012) encontraram, em média, a publicação de menos de dois artigos por periódico por ano. Kundu & Lahiri (2015) levantaram que, dentre os 1.797 artigos publicados nos cinco principais periódicos de negócios internacionais³, entre 2008 e princípio de 2015, apenas 4,4% (79 artigos) eram dedicados a serviços, ou EMNs de serviços. Comenta-se também que há poucas pesquisas sobre internacionalização de empresas brasileiras de serviços (Rocha *et al.*, 2009). Esses fatos já se constituiriam em justificativa para a escolha de estudar esse setor econômico e buscar contribuir para seu arcabouço teórico.

Em face dessa carência identificada, alguns periódicos publicaram edições especiais sobre internacionalização de serviço: *The Service Industries Journal* publicou duas edições especiais em 2012, *International Marketing Review* publicou uma em 2014 e *Journal of International Management* publicou uma em 2015. Essas iniciativas ficaram limitadas apenas a esses três periódicos, o que é bastante tímido frente à importância econômica do setor em diversos países, ao volume de publicações sobre internacionalização e manufaturas e à participação do setor no comércio global.

Mais especificamente relacionado ao tema desta pesquisa, constatou-se que são poucos os estudos que abordaram o tema tipologias e taxonomias de empresas de serviços. Foram identificados apenas dois estudos que propuseram taxonomias de empresas de serviço em contextos nacionais (Drake & Davies, 2007; Khan & Khan, 2009), mas nenhum em contexto internacional, ou multinacional.

Outros dois estudos propuseram sistemas de classificação de empresas de serviços internacionalizadas (Bailey *et al.*, 1991; Rocha *et al.*, 2009). Em um deles, os autores elaboraram uma tipologia para empresas de serviços internacionalizadas e no outro os autores classificaram as empresas investigadas dentro dos tipos teóricos propostos. Esse segundo estudo apresenta um caráter

¹ *Journal of International Business Studies*, *Journal of International Marketing*, *Journal of International Management* e *International Business Review*.

² *The Service Industries Journal* e *Journal of Service Marketing*.

³ *Journal of International Management*, *Journal of International Business Studies*, *Management International Review*, *Journal of World Business* e *International Business Review*.

exploratório e uma amostra reduzida de empresas. Assim, evidencia-se a necessidade de desenvolver estudos sobre taxonomias de empresas de serviços, de forma a ajudar a entender o fenômeno pesquisado.

Adiciona-se também que Carneiro *et al.* (2008) sugeriram que as categorizações atuais das empresas de serviço (por exemplo, serviços *hard* vs. *soft*) não seriam adequadas para abordar as particularidades dos serviços e da internacionalização de empresas de serviço.

Por fim, outra constatação é a de que há poucos estudos que tenham investigado o desempenho de empresas de serviço internacionalizadas. Mais ainda: nenhum dos estudos que versaram sobre a classificação de empresas de serviço investigou se haveria diferenças de desempenho entre os agrupamentos formados.

Desta forma, uma pesquisa com empresas brasileiras de serviços internacionalizados e seu desempenho pode contribuir para o arcabouço teórico sobre a internacionalização de serviços e para o desenvolvimento deste tema por meio de estudo em um país emergente.

Os resultados da pesquisa também podem apresentar relevância prática para o setor empresarial e para a formulação de políticas públicas.

No que diz respeito às empresas de serviço internacionalizadas, espera-se que os resultados deste estudo possam contribuir para seus executivos compararem seu desempenho com o do grupo que tenha perfil semelhante ao seu e, assim, avaliarem as possíveis decisões que podem levar ao seu aprimoramento. No caso das empresas de serviço com interesse em se internacionalizar, espera-se que os resultados possam iluminar os caminhos para uma trajetória internacional e servir de modelo para estimar seu desempenho. Assim sendo, a compreensão do tema por parte dos executivos brasileiros pode contribuir para o aprimoramento do desempenho internacional das empresas brasileiras de serviço.

No que toca a quem busca apoiar a internacionalização de empresas de serviço e melhorar seu desempenho, como é o caso do Governo Federal e suas instituições públicas, como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), ou de instituições privadas, como a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), este estudo pretende fornecer subsídios à formulação de políticas de apoio à internacionalização de serviços. O objetivo final é que, com o desenvolvimento da internacionalização de

serviços, a balança de serviços tenha seu déficit reduzido, ou quem sabe, futuramente, passe a apresentar um superávit, seguindo o que ocorre em alguns países desenvolvidos.

Esta pesquisa tem apoio da Faperj (Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro), por meio de seu programa de bolsa de Doutorado Nota 10, e se insere em linha de pesquisas realizadas pelo Núcleo de Pesquisas em Negócios Internacionais da PUC-Rio, apoiado pelo Pronex – Programa de Núcleos de Excelência, pelo CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), pela Faperj e pela Apex-Brasil.

1.3.

Definição do problema

Classificações, ordenações, ou agrupamento de objetos ou fenômenos, constituem uma etapa básica e importante na condução de uma pesquisa científica (Carper & Snizek, 1980).

No caso da pesquisa em administração, a importância reside no fato de as classificações reduzirem a complexidade das organizações a características gerenciáveis, tornando-as de mais fácil compreensão e explicação.

Além disso, a identificação de algumas características que sejam típicas de determinado grupo de empresas pode servir para inferência das demais características (Harzing, 2000).

O problema de pesquisa a ser investigado diz respeito ao fato de que, apesar da relevância do setor de serviços e de sua internacionalização, não há acordo entre os teóricos quanto às tipologias e taxonomias relevantes para seu entendimento, nem foi estudado o desempenho internacional de diferentes tipos de empresas de serviços.

A pesquisa buscou responder à seguinte pergunta:

“Há diferenças no desempenho entre os perfis gerados em uma classificação empírica multivariada de empresas de serviço internacionalizadas?”

1.4.

Objetivo do estudo

O presente estudo tem como objetivo principal verificar se há diferenças significativas de desempenho entre os perfis de empresas de serviços internacionalizados, gerados a partir de evidências empíricas multivariadas.

Com o intuito de organizar o trabalho para o alcance deste objetivo principal, foram definidos seis objetivos secundários, que correspondem a etapas sequenciais necessárias para se alcançar o objetivo principal:

- (1) identificar as variáveis que descrevem as empresas de serviços internacionalizadas;
- (2) identificar as variáveis que influenciam o processo de internacionalização de empresas de serviços;
- (3) identificar formas de avaliar o desempenho da internacionalização de empresas de serviço;
- (4) derivar empiricamente uma classificação de empresas de serviços internacionalizadas em *clusters*;
- (5) descrever o perfil desses *clusters*;
- (6) avaliar se há diferenças significativas no desempenho internacional entre os *clusters* encontrados.

Sob a perspectiva da literatura de negócios internacionais e, mais especificamente, de internacionalização de serviços, buscou-se contribuir com uma classificação multivariada original de empresas de serviços internacionalizadas e com uma avaliação de seu desempenho.

1.5.

Delimitação da pesquisa

Este estudo está delimitado pelo arcabouço teórico escolhido, pelo setor econômico a que pertencem as empresas pesquisados, pela região geográfica de aplicação e pelo período em que foi realizado o procedimento de coleta de dados.

No que diz respeito à delimitação teórica, cabe ressaltar que este estudo está embasado pela literatura relacionada à internacionalização de serviços.

Delimita-se também o escopo de setor econômico a ser investigado: foram pesquisadas apenas empresas do setor de serviços.

É importante ressaltar que o presente estudo não teve a intenção de analisar os serviços incorporados a bens (produtos), que seriam definidos como aqueles que são providos de forma associada à venda de produto manufaturado (Nicoulaud, 1989). Essa primeira exclusão se justifica devido ao fato de a internacionalização de produtos manufaturados não ser objeto desse estudo e, como consequência, dos serviços a esses incorporados.

A segunda exclusão diz respeito aos serviços que são prestados a empresas estrangeiras no mercado brasileiro. Esses serviços, associados à internacionalização *inward* de empresas estrangeiras, apresentam questões de pesquisa diferenciadas e exigem também políticas públicas de natureza distinta das que se aplicam a serviços que se internacionalizam “para fora” (*outward*).

Em termos de escopo geográfico, este estudo se limita a investigar empresas de serviço com matriz no Brasil, que tenham atividades internacionais e cujo controle sobre o capital votante seja brasileiro. Mais especificamente, foram consideradas apenas as empresas que efetuaram vendas de serviço para clientes estrangeiros localizados em outros países nos últimos três anos (2013, 2014 e 2015).

Por fim, há uma delimitação temporal: a fase de coleta de dados ocorreu entre novembro de 2015 e fevereiro de 2016. Assim, a presente pesquisa só considera o comportamento das variáveis investigadas no período da coleta de dados.

1.6. Estrutura da tese

Após este capítulo de introdução, o segundo capítulo deste relatório apresenta o referencial teórico, no qual se teve a intenção de construir uma fundamentação teórica para a pesquisa, detalhar o método utilizado para realizar o levantamento bibliográfico e relacionar as dimensões e variáveis encontradas na revisão de literatura de internacionalização de serviços. A revisão da literatura se inicia pela definição do que se considerou ser serviço e serviço internacionalizado, descrevendo-se a seguir as características gerais dos serviços e relacionando-se os estudos sobre processo de internacionalização de serviços, os estudos sobre modo de entrada de empresas de serviço em mercados estrangeiros, os estudos que investigaram o desempenho de empresas de serviço internacionalizadas e se

encerra com uma síntese das variáveis identificadas na literatura, agrupadas conforme sejam características da empresa, do processo de internacionalização, do serviço internacionalizado, da estratégia de internacionalização, ou variáveis utilizadas para medir o desempenho.

O capítulo seguinte apresenta as hipóteses de pesquisa e a seleção das variáveis utilizadas para a construção do instrumento de coleta de dados.

No quarto capítulo está descrita a metodologia utilizada, detalhando sua linha epistemológica, a definição da população e da amostra, o método utilizado para confeccionar o instrumento de coleta de dados, as técnicas de coleta de dados, o tratamento estatístico empregado, assim como as limitações da metodologia proposta. Ressalta-se que, na seção em que se detalha a técnica estatística utilizada, foi incluída uma discussão sobre a diferença conceitual entre tipologia e taxonomia, bem como uma análise dos estudos que elaboraram taxonomia de empresas internacionalizadas, ou taxonomia de empresas de serviço domésticas.

O quinto capítulo apresenta os procedimentos realizados para tratar os dados coletados e empregados nas análises estatísticas. Após o tratamento dos dados ausentes e valores extremos, efetuou-se uma análise fatorial para redução do número de dimensões. Uma vez preparados os dados e as variáveis, foi realizada uma análise de *clusters* em duas etapas para gerar os perfis de empresas brasileiras de serviços internacionalizadas: análise de *clusters* hierárquica para determinar o número de *clusters* e análise de *clusters* não hierárquica para formar os *clusters*. Após a constatação de que foram formados *clusters* significativamente diferentes, descreveu-se o perfil de cada *cluster* e analisou-se se havia diferença de desempenho entre os *clusters* formados.

O último capítulo descreve sumariamente o estudo realizado, tece as conclusões do estudo e sugere possibilidades de pesquisas futuras.