

INTERNACIONALIZAÇÃO DE INDÚSTRIAS TÊXTEIS BRASILEIRAS: CASO OSKLEN

Aluno: Elisa de Rooij Mansur

Orientadores: Angela Maria da Rocha

Introdução

A internacionalização pode ser compreendida como um processo, ao longo do tempo, no qual a empresa se envolve em operações fora de seu país de origem, podendo envolver qualquer parte da sua produção ou venda (OVIATT e McDOUGALL, 1999; DIB, 2008).

A relevância do estudo se encontra no fato de que a internacionalização de empresas brasileiras é um fenômeno recente, porém cada vez mais recorrente, entre outros, devido aos esforços do governo brasileiro para promovê-lo. Por esses motivos, está sendo cada vez mais estudado, observado e analisado.

O foco da pesquisa é o processo de internacionalização de empresas brasileiras do setor têxtil sob o prisma das teorias comportamentais, mais especificamente o modelo desenvolvido pela escola Uppsala baseado nos conceitos de distância psíquica, decisões incrementais e envolvimento crescente da empresa no mercado estrangeiro como essenciais para a compreensão do processo de internacionalização da firma.

Objetivos

O objetivo da pesquisa é mapear o processo de internacionalização de empresas brasileiras, no caso, da OSKLEN. O projeto tem a finalidade de sublinhar os principais aspectos de como a empresa se internacionaliza, focando nas estratégias utilizadas, nas etapas incrementais de inserção no mercado exterior, os modos de entrada e locais escolhidos, assim como os riscos e incertezas inerentes ao processo.

A pesquisa sobre o processo de internacionalização da marca OSKLEN foca nas etapas de inserção nos mercados de Portugal e de Nova York, dando ênfase para a distância psíquica e aquisição incremental de experiência no exterior, como observado acima.

Explica-se, além disso, o contexto histórico da empresa e da internacionalização, as estratégias adotadas, os processos de aprendizado envolvidos, a construção e fonte de vantagens, os riscos e incertezas e, por último, o resultado da internacionalização na firma.

Metodologia

O método utilizado na pesquisa é o estudo de caso, investigando o histórico da empresa e de sua internacionalização, as estratégias utilizadas, a evolução e aumento do envolvimento da marca no exterior, a construção de vantagens e a superação de riscos e, por último, o impacto da internacionalização na firma em si. Os dados foram obtidos por fontes secundárias a partir de material bibliográfico, artigos publicados na imprensa geral e acadêmica.

Conclusão

Ao analisar e comparar o Modelo de Uppsala com o processo de internacionalização da OSKLEN pode-se observar que, apesar da OSKLEN iniciar sua inserção no exterior a partir de demanda externa, há coerência entre a teoria estudada e a prática, uma vez que a penetração da grife em mercados estrangeiros se dá de modo incremental, iniciando em locais com maior proximidade cultural, como visto em Portugal, até locais não tão similares com o país de origem, como ocorreu em Nova York, EUA.

Além disso, não apenas a escolha da localidade foi feita a partir de decisões incrementais, mas o modo de entrada também ocorreu de forma gradual, passando da franquia para a subsidiária, corroborando com o modelo proposto pela Escola Nórdica de Uppsala.

Por último, é possível observar que o método escolhido pela OSKLEN foi de manutenção de seus conceitos e princípios no exterior, de maneira a formar uma marca construída consistentemente no âmbito global.

Assim, à medida que a empresa foi adquirindo experiência no exterior em locais mais próximos cultural e psicologicamente do Brasil, ela pôde entrar em outros mercados mais complexos e não tão parecidos com o original, ratificando a teoria de internacionalização exposta no Modelo de Uppsala das Teorias Comportamentais.

Bibliografia

- DIB, Luís Antônio Rocha. O Processo de Internacionalização de Pequenas e Médias Empresas e o Fenômeno Born Global: Estudo do Setor de Software no Brasil (Rio de Janeiro, 2008)
- ALMEIDA, Victor. Modos de Entrada no Mercado Externo. Programa de Formação em Administração Internacional (Rio de Janeiro – 2005)
- SIBYLLA, Vladimir. Relações Corporativas OSKLEN
- JOHANSON, J., & VAHLNE, J.E. (1977). The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing market commitment. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32.
- JOHANSON, J., & VAHLNE, J.E. (2003). Business relationships learning and commitment in the internationalization process. *Journal of International Entrepreneurship*, 1(1), 83-101.
- JOHANSON, J., & VAHLNE, J.E. (1990). The mechanism of internationalization. *International Marketing Review*, 7(4), 11-24.
- JOHANSON, J., & VAHLNE, J.E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40, 411-421.
- JOHANSON, J., & WIEDERSHEIM-PAUL, F. (1975). The internationalization of the firm: four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305-322.
- ROCHA, A. A Internacionalização das empresas brasileiras: Estudos de Gestão Internacional. Rio de Janeiro: Mauad, 2002
- OVIATT e MCDOUGALI, 1999.