

Prezados leitores,

Gostaria de começar esse editorial salientando que a área de Negócios Internacionais cresce vertiginosamente no Brasil, tanto em números de artigos, como pesquisadores. Os dados do último EnAnpad mostraram que, dentro da área de Estratégia Organizacional, a temática de Negócios Internacionais foi a que mais recebeu artigos acadêmicos. Recentemente, no final de outubro, foi realizado na ESPM o VII Simpósio Internacional de Administração e Marketing e IX Congresso de Administração da ESPM e, tal como no EnAnpad, a área de Negócios Internacionais recebeu uma submissão recorde de trabalhos. Esses números refletem no número de submissões recebidas pela Internext e deixam evidente a importância da Revista para a divulgação e o debate acadêmico em Negócios Internacionais. Desse modo, espero que os artigos aqui apresentados reflitam a profundidade e diversidade do debate no campo.

O presente número apresenta três artigos sobre o processo de internacionalização de empresas enfocando em diferentes óticas de análise. Em “O processo de internacionalização de empresas de software: o caso Audaces” Antonia Egidia Souza, Eduardo Pinheiro Gondim Vasconcellos e Hamilton Luiz Corrêa analisam a internacionalização de uma empresa de software contrastando a teoria de Uppsala e a teoria das empresas Born Globals. O artigo “Estudo do processo de internacionalização de uma empresa brasileira do setor de máquinas e implementos agrícolas” de Rozali Araújo Santos, Katuscia de Fátima Schiemer Vargas, Gilnei Luiz de Moura e Italo Fernando Minello usa as teorias tradicionais de internacionalização para analisar um objeto pouco estudado: a internacionalização das empresas de *agribusiness*. O artigo “Características de empreendedorismo internacional no processo de internacionalização: um estudo de caso na empresa Menendez & Amerino” de Itiel Moraes Silva, Ana Carla Cavalcante Chagas, Samara Vieira Siqueira discute a internacionalização sob a ótica do empreendedorismo internacional.

Na área de estratégia, Thais Ettinger Oliveira, George Berdinelli Rossi, Edson Keyso Kubo, Jose Turibio Oliveira em “Valores organizacionais: fatores críticos a contribuir para a internacionalização de empresas que buscam a estratégia liderança em custos” apresentam um dialogo importante entre os valores organizacionais e a estratégia em empresas internacionalizadas. No mesmo intuito Etienne Cardoso Abdala e Miriam Tiemi Takimura em “Estratégia e responsabilidade socioambiental: uma análise de conteúdo em instituições financeiras nacionais e estrangeiras instaladas no Brasil” promovem o debate entre estratégia e responsabilidade social comparando empresas estrangeiras no Brasil e empresas nacionais.

Dois artigos na área de marketing internacional. Ana Elizabeth Moiseichyk, Tônia Magali Moraes Brum, Cristiano Henrique Antonelli Da Veiga e Darcila Brum da Veiga em “Desempenho importador do segmento de moda praia brasileiro: uma proposta de análise” discute a moda praia feminina brasileira, investigando qual é sua importância e participação no contexto internacional. Enquanto Edmir Kuazaqui em “Marcas francesas: análise a partir dos arquétipos de marca-país” analisa a percepção das marcas francesas no Brasil.

Por fim, Luiz Gilberto Monclaro Mury em “Análise da Estratégia Diplomática para Introdução de Transgênicos na Argentina e no Brasil” apresenta uma importante discussão acerca da diplomacia internacional.

Desejo uma ótima leitura

Felipe Borini
Editor Chefe