

XI Congresso Brasileiro de História Econômica e
12ª Conferência Internacional de História de
Empresas. Vitória-ES. 14 a 16 de setembro de 2015.

PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DA EMBRAER S. A.

Graduando: Matheus Milosz Marcelino, Economia - UFPR

Orientador: Armando João Dalla Costa - UFPR

Atualmente a Embraer é uma das principais empresas de aviação do mundo e seu amadurecimento decorreu do esforço realizado por pessoas que acreditavam em seu potencial. Sua formação no final dos anos 1960 visando à produção seriada do Bandeirante foi importante para o desenvolvimento desse setor antes inexistente no país. Ao aliar produtos de qualidade com baixo custo de produção, a Embraer foi ganhando espaço e conquistando o mercado mundial, tendo atualmente diversas filiais – Estados Unidos, China, Canadá, França, Portugal – que evidenciam o grande sucesso da empresa. A pesquisa tem como objetivo entender o processo de internacionalização da Embraer estudando os fatores que culminaram com a sua fundação em 19 de agosto de 1969 e as estratégias adotadas para que fosse possível a ramificação da empresa ao redor do mundo. Para que isso seja possível será necessário estudar o contexto histórico-econômico da época até os dias atuais. A pesquisa será elaborada através dos estudos da literatura que explicam a formação do Centro Tecnológico da Aeronáutica (CTA) e do Instituto Tecnológico Aeronáutico (ITA) que foram os precursores na formação da Embraer, como também será exposta a teoria escolhida para explicar o processo de internacionalização das empresas: o modelo de Uppsala ou de internacionalização por partes. Sobre esse modelo existem diversas literaturas que a contemplam, porém o enfoque nesse trabalho será analisar as observações empíricas de dois economistas pioneiros no assunto: Johanson e Vahlne, da Universidade de Uppsala na Suécia, em 1977. Uma das conclusões observadas até o momento é que a Embraer sempre buscou atender a nichos do mercado nos quais via possibilidade de sucesso, pois não era vantajoso produzir aviões iguais aos que as gigantes da época já produziam e tentar competir com essas empresas que tinham uma melhor facilidade de crédito como também maior confiança do mercado, ou seja, desde muito cedo a empresa teve que se mostrar inovadora para conseguir entrar no mercado nacional e mundial, competindo com empresas renomadas e estabilizadas na produção de aeronaves.

BIBLIOGRAFIA:

1. Para entender o processo de internacionalização.

BAULÉ, F.P. **O Processo de Internacionalização das Estatais Brasileiras**. 2014. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

JOHANSON, J. & VAHLNE, J. The Internalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. **Journal of International Business Studies**, v.8, p. 23-32, 1977.

MARINHO, P. L. & DALLA COSTA, A.J. Embraer: a experiência de internacionalização de uma empresa brasileira. Revista **Economia & Relações Internacionais**. São Paulo: FAAP, v. 13, p. 99-109, 2013.

2. Sobre a formação do CTA, ITA e Embraer.

MORAIS, F. **Montenegro**. As aventuras do marechal que fez uma revolução nos céus do Brasil. São Paulo: Planeta, 2006.

SILVA, O. **Nas Asas da Educação**: a trajetória da EMBRAER. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

SILVA, O. **A Decolagem de Um Sonho**. A História da Criação da Embraer. São Paulo: Lemos, 1998.