

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO – UNIGRANRIO - Prof. José de Souza Herdy
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - ECSA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - PPGA
DOUTORADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO

TATIANA DORNELAS DE OLIVEIRA MENDES

O HORIZONTE DAS *BORN GLOBALS*: O ESTADO DA ARTE À LUZ DAS
TEORIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

Tese de Doutorado

Rio de Janeiro

2024

TATIANA DORNELAS DE OLIVEIRA MENDES

**O HORIZONTE DAS *BORN GLOBALS*: O ESTADO DA ARTE À LUZ DAS
TEORIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO**

Tese apresentada ao Programa de Doutorado em Administração, da Universidade do Grande Rio (UNIGRANRIO) como requisito parcial a obtenção do grau de Doutora em Administração.

Área de concentração: Estratégia e Governança.

Orientador: Prof. Dr. Josir Simeone Gomes

Rio de Janeiro

2024

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UNIGRANRIO – NÚCLEO DE COORDENAÇÃO DE BIBLIOTECAS

M538h Mendes, Tatiana Dornelas de Oliveira.

O horizonte das born globals: o estado da arte à luz das teorias de internacionalização / Tatiana Dornelas de Oliveira Mendes. – Duque de Caxias, Rio de Janeiro, 2024.

144 f.

Orientador: Dr. Josir Simeone Gomes.

Tese (doutorado) – UNIGRANRIO, Escola de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Doutorado em Administração, Rio de Janeiro, 2024.

1. Startups. 2. Internacionalização de empresas. 3. Born globals. 4. Bibliometria. 5. Ecossistema empreendedor. 6. International new venture. I. Gomes, Josir Simeone. II. Título. III. UNIGRANRIO.

CDD: 658

Rodrigo de Oliveira Brainer CRB-7: 6814

TATIANA DORNELAS DE OLIVEIRA MENDES

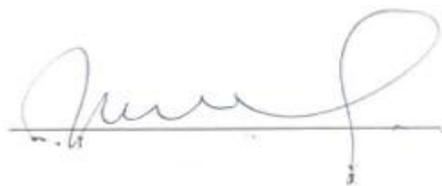
**“O HORIZONTE DAS *BORN GLOBALS*: O ESTADO DA ARTE À LUZ DAS
TEORIAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO”**

Tese apresentada à Universidade do Grande Rio
“Prof. José de Souza Herdy”, como parte dos
requisitos parciais para obtenção do grau de
Doutor em Administração.

Área de Concentração: Gestão Organizacional.

Aprovada em 27 de fevereiro de 2024.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Josir Simeone Gomes
Universidade do Grande Rio - UNIGRANRIO



Prof. Dr. Paulo Vitor Jordão da Gama Silva
Universidade do Grande Rio - UNIGRANRIO



Prof. Dr. Roberto Pessoa de Queiroz Falcão
Universidade do Grande Rio - UNIGRANRIO



Prof. Dr. Francisco José dos Santos Alves
Universidade do Estado do Rio de Janeiro –
UERJ



Prof. Dr. Waldyr Jorge Ladeira dos Santos
Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

“Se formos levar tudo em conta [...], nunca faremos nada. Melhor ter um coração valente e vencer metade dos terrores que tememos do que calcular todos os terrores e nada sofrer. Só se conquistam grandes triunfos ao se enfrentarem grandes perigos”
(John Lewis Gaddis, 2019).

DEDICATÓRIA

Para meus pais, Luzia e Anselmo,
fonte infinita de inspiração, amor e força para seguir em frente.
Para a minha família, Ricardo e Lavínia,
Meu grande amor e minha doce filha, só tenho gratidão pela paciência, incentivo e carinho
para encerrar este ciclo.

AGRADECIMENTOS

Escrever uma tese e fazer um Doutorado foi uma das experiências mais extraordinárias que tive até hoje. Nunca vivi tantos momentos de êxtase, tantas transformações e tensões com intensidades tão potentes. Como eu esperei este dia; parecia tão longe quando a jornada começou em 2020. Ainda que a tese seja um momento muito solitário, não chego aqui sozinha. Gostaria de expressar meus sinceros agradecimentos a todos que contribuíram para a conclusão bem-sucedida desta Tese. A Tati criança está muito feliz nesse momento, contribuindo com alguma coisa para o mundo! Parabéns para mim!

Agradeço ao meu orientador pela orientação valiosa e *insights* que foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho. Professor Josir, que alegria foram nossas trocas, desde o início da jornada pré-doutorado, ainda no processo seletivo, em que fui tão bem recebida. Que energia boa, quanto aprendizado, que honra ser sua orientada e ter seu nome junto com o meu neste trabalho. Sua dedicação, paciência e *expertise* foram elementos cruciais que moldaram não apenas o desenvolvimento deste trabalho, mas também o meu crescimento acadêmico e profissional. Se eu conseguir ser 10% do professor que o Senhor é, minha missão está cumprida. Obrigada por acolher minha filha junto do processo de doutoramento. Seu carinho, orientação e palavras de incentivo foram fundamentais!

Agradeço aos professores que participaram da minha Qualificação em março de 2022, quando a finalização da Tese ainda parecia distante. Professora Dra. Deborah Moraes Zouain (*in memoriam*) e Professor Dr. Francisco José dos Santos Alves, meu muito obrigada. A contribuição de cada um de vocês passa os limites da academia e vai para a aplicação na vida. Agradeço também aos membros da banca examinadora pela atenção dedicada à análise deste trabalho. Sei o quanto o tempo de um pesquisador/professor é apertado e valorizo muito o esforço e principalmente o tempo, tão precioso e raro nos dias de hoje, para esta leitura. Obrigada! Minha gratidão se estende aos colegas de pesquisa e amigos que compartilharam suas ideias e ofereceram suporte ao longo deste processo. Não posso deixar de agradecer aqui à Rita, minha super parceira de Doutorado com pandemia e sem pandemia; obrigada pelas trocas, fofocas e muitos aprendizados. Foi incrível te conhecer, estudar, pesquisar e publicar com você. Você é maravilhosa!

Agradeço ao meu marido Ricardo, que foi um super incentivador para não desistir, vibrando a cada conquista junto comigo; você foi (e é) uma fonte constante de apoio e encorajamento. Muito obrigada por todo o incentivo desde o dia que falei que faria o processo de seleção, comprando minhas ideias loucas e me apoiando incondicionalmente. Eu amo você!

À minha filha, Lavínia, que trouxe alegria e inspiração ao meu dia a dia. Você chegou quando esse projeto já estava acontecendo e foi muito paciente comigo, desde a barriga, participando de muitas aulas, da minha qualificação e das horas distante para que eu ficasse em frente ao computador. Muito obrigada por entender meus momentos de ausência e me ajudar a terminar este ciclo. Eu te amo muito!

Aos meus pais pelo amor incondicional e apoio contínuo: consegui! Sua filha é Doutora em Administração. Obrigada por abrirem as portas do mundo da educação para mim. Procurei honrar em todo o meu caminho o esforço que vocês empregaram desde o começo da minha vida. Muito obrigada por estarem comigo em todos os momentos e por me dizerem que estudo nunca é demais.

Também expesso minha gratidão aos meus alunos e ex-alunos, cujo entusiasmo e perguntas instigantes contribuíram para meu crescimento acadêmico e profissional. Vocês são a razão do meu trabalho, são meus escapes dos dias tensos e meus momentos de alegria. Obrigada pelos incentivos, risadas e apoio constante! Eu sou muito feliz com vocês e dentro da sala de aula. Agradeço ainda às instituições em que trabalho, por fornecerem recursos e ambiente propício para a realização deste estudo e por entenderem quando eu precisei equilibrar muitos pratos ao mesmo tempo. Obrigada UNISUAM, Unifeso, Vianna Junior, Descomplica, Newton Paiva e tantas outras que passei nos últimos anos. Um baita desafio conseguir equilibrar trabalho e docência, vida pessoal e Doutorado. Obrigada por confiarem a mim tantos alunos e vidas! Obrigada por confiarem no meu trabalho.

“Você nunca saberá quantas vidas transformou com o seu trabalho, mas elas saberão! Por esse motivo escolha seguir a sua jornada. Muitas pessoas que você ainda nem conhece agradecerão” (Autor desconhecido). Agradeço ainda à minha família e amigos pelo apoio incondicional e compreensão durante os desafios enfrentados durante a elaboração desta Tese. Obrigada meus queridos amigos de trabalho! Meus dias são mais felizes com cada um de vocês. Aqui um agradecimento especial à minha prima-irmã, Fernanda. Obrigada pelos memes, carinhos, incentivos e mensagens para não surtar. Eu sou apaixonada por você! Te amo do fundo do meu coração e de outras vidas! Obrigada por torcer tanto por mim!

Sou só gratidão pelo ciclo que se encerra com chave de ouro. Um sonho sonhado lá em 2015 e que se concretiza agora. Quero reforçar que cada contribuição e vibração positiva, por

menor que seja, foram fundamentais para a conclusão deste trabalho acadêmico. Por fim, repito aqui a frase que me acompanha desde o primeiro dia em sala de aula:

“Feliz aquele que transfere o que sabe e aprende o que ensina”

(CORA CORALINA)

RESUMO

MENDES, T. D. O. (2024). **O horizonte das Born Globals: o Estado da Arte à luz das teorias de internacionalização.** (Tese de doutorado, Escola de Ciências Sociais e Aplicadas – ECSA, Universidade do Grande Rio).

As organizações com potencial de crescimento em escala, chamadas *startups*, vem ganhando espaço nos estudos científicos atuais. Esta tese aborda a internacionalização de *startups*, com foco especial nas "*born globals*", explorando suas características distintivas, estratégias, desafios e impactos à luz das teorias de internacionalização existentes. O contexto globalizado e competitivo impulsiona as organizações a adaptarem suas estratégias, tornando a internacionalização uma necessidade para sobrevivência e desenvolvimento. A pesquisa, de caráter bibliométrico, visa contribuir para o entendimento desse processo, mapeando a evolução temporal da pesquisa, identificando tópicos predominantes, analisando a distribuição geográfica e avaliando a frequência de citações. A lacuna na compreensão abrangente das "*born globals*" e a falta de sínteses bibliométricas motivam essa investigação. Este estudo utilizou dados quantitativos provenientes de bases bibliográficas abrangentes e especializadas para conduzir uma análise bibliométrica sobre o tema "*Born Global*". As informações foram extraídas de bases multidisciplinares como *Web of Science*, *Scopus* e *SPELL*. A utilização dessas bases internacionais permite monitorar a produção científica brasileira em escala global e possibilita comparações com outros países. Os dados foram coletados no período de janeiro de 2000 a novembro de 2023, considerando trabalhos em inglês, português e espanhol. A busca utilizou termos-chave como "*International New Ventures*" e "*Born Globals*", seguindo uma abordagem complementar das bases para uma visão abrangente. A amostra final resultou em 634 artigos, proporcionando uma base sólida para análises posteriores, tais como o mapeamento da evolução temporal da pesquisa, a identificação de tópicos predominantes, a análise da distribuição geográfica, a avaliação de citações, a identificação de autores e instituições influentes, a análise de redes de coautoria e a identificação de lacunas na pesquisa. O objetivo foi fornecer uma visão abrangente do estado atual do conhecimento sobre a internacionalização de *startups*, contribuindo para a compreensão do fenômeno e orientando futuras pesquisas e práticas no campo, além de contribuir para a produção científica brasileira, por abordar tema

relevante e pouco explorado por pesquisadores nacionais. Além disso, o trabalho contribui com um *framework* que contempla os principais *insights* e pontos importantes para a internacionalização de uma *startup*, baseando-se nos trabalhos coletados na amostra. A pesquisa sugere que a tecnologia e a digitalização apresentam a capacidade de aprimorar a previsibilidade nos processos de internacionalização. No entanto, enfatiza a importância de revisitar evidências históricas e casos para antecipar possíveis contratemplos, facilitar os processos e aprofundar a compreensão dos temas em estudo. A temática sobre as BG's segue sendo relevante e os resultados apontam uma maior quantidade de estudos em países Europeus e dos Estados Unidos como maior rede de autorias de artigos sobre o tema em voga, destacando-se a baixa presença de trabalhos e autores brasileiros, indicando uma lacuna de pesquisa. Apesar do Brasil possuir um forte ecossistema empreendedor brasileiro no cenário global, as pesquisas sobre o tema ainda são muito pequenas.

PALAVRAS-CHAVE: *Startups*. Internacionalização de empresas. *Born Globals*. Bibliometria. Ecossistema empreendedor. *International new venture*.

ABSTRACT

MENDES, T. D. O. (2024). **The horizon of Born Globals: the state of the art in the light of internationalization theories.** (Doctoral thesis, School of Social and Applied Sciences - ECSA, Universidade do Grande Rio).

Organizations with the potential to grow at scale, known as startups, have been gaining ground in current scientific studies. This thesis looks at the internationalization of startups, with a special focus on "born globals", exploring their distinctive characteristics, strategies, challenges and impacts in the light of existing internationalization theories. The globalized and competitive context drives organizations to adapt their strategies, making internationalization a necessity for survival and development. This bibliometric research aims to contribute to understanding this process by mapping the temporal evolution of research, identifying predominant topics, analyzing geographical distribution and evaluating the frequency of citations. The gap in the comprehensive understanding of "born globals" and the lack of bibliometric syntheses motivate this investigation. This study used quantitative data from comprehensive and specialized bibliographic databases to conduct a bibliometric analysis on the subject of "Born Global". The information was extracted from multidisciplinary databases such as Web of Science, Scopus and SPELL. Using these international databases allows us to monitor Brazilian scientific production on a global scale and enables comparisons with other countries. The data was collected from January 2000 to November 2023, considering works in English, Portuguese and Spanish. The search used key terms such as "International New Ventures" and "Born Globals", following a complementary approach to the bases for a comprehensive view. The final sample resulted in 634 articles, providing a solid basis for further analysis, such as mapping the temporal evolution of research, identifying predominant topics, analyzing geographical distribution, evaluating citations, identifying influential authors and institutions, analyzing co-authorship networks and identifying research gaps. The aim was to provide a comprehensive overview of the current state of knowledge on the internationalization of startups, contributing to the understanding of the phenomenon and guiding future research and practice in the field, as well as contributing to Brazilian scientific production by addressing a relevant topic that has been little explored by national researchers. In addition, the work contributes with a framework

that contemplates the main insights and important points for the internationalization of a startup, based on the works collected in the sample. The research suggests that technology and digitalization have the capacity to improve predictability in internationalization processes. However, it emphasizes the importance of revisiting historical evidence and cases to anticipate possible setbacks, facilitate processes and deepen understanding of the issues under study. The topic of BGs continues to be relevant and the results show that there is a greater number of studies in European countries and the United States as the largest network of authors of articles on the topic in question, with a low number of Brazilian works and authors, indicating a research gap. Although Brazil has a strong entrepreneurial ecosystem on the global stage, there is still very little research on the subject.

KEYWORDS: Startups. Internationalization of companies. Born Globals. Bibliometrics. Entrepreneurial ecosystem. International new venture.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: O processo de gestão estratégica	30
Figura 2: Processo de inovação	32
Figura 3: Interdependência entre internacionalização e inovação	36
Figura 4: Fundamentos da Teoria do Poder de Mercado.....	46
Figura 5: Fundamentos da Teoria do Ciclo de Vida do Produto	48
Figura 6: Fundamentos da Teoria da Internalização	49
Figura 7: Fundamentos do Arcabouço do Paradigma Eclético.....	50
Figura 8: Fundamentos do Modelo de Uppsala.....	52
Figura 9: Fundamentos da Escola Nórdica de Negócios Internacionais.....	53
Figura 10: Distribuição regional das <i>startups</i>	62
Figura 11: Fases de desenvolvimento de uma <i>startup</i>	64
Figura 12: Internacionalização gradual X Born Global.....	69
Figura 13: Comportamento empreendedor de uma Born Global	71
Figura 14: Filtros de busca e seleção de artigos	80
Figura 15: Roteiro de procedimentos metodológicos	83
Figura 16: Grafo de palavras-chave da produção registrada na amostra principal.....	100
Figura 17: Grafo de palavras baseado nos resumos dos trabalhos da amostra principal	103
Figura 18: Co-citação de autores com base na amostra principal.....	108
Figura 19: Principais referências citadas na amostra principal.....	109
Figura 20: Acoplamento bibliográfico da amostra principal com base nos países.....	111
Figura 21: Acoplamento bibliográfico da amostra principal com base nas Organizações	112
Figura 22: Análise de citação com base na amostra principal	113
Figura 23: Ocorrência de palavras-chave nos estudos.....	115
Figura 24: Framework	119

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Quantitativo de startups no Brasil por ramo de atuação	20
Quadro 2: Principais teorias de internacionalização.....	45
Quadro 3: Principais definições acerca das <i>Born Globals</i>	67
Quadro 4: Definições similares para Born Global	72
Quadro 5: Diagrama PRISMA® de busca e seleção de artigos	81
Quadro 6: Indicadores bibliométricos	83
Quadro 7: Principais periódicos	91
Quadro 8: Quantidade de artigos publicados e quantidade de autores	96
Quadro 9: Os 20 autores que mais publicaram nos 634 artigos no período de 2000-2023	96
Quadro 10: Impacto dos autores.....	97
Quadro 11: Total de citações no Google Scholar dos principais autores da amostra.....	99
Quadro 12: Termos mais influentes da pesquisa.....	101
Quadro 13: Clusters baseados no Abstract da amostra	104
Quadro 14: Os vinte artigos mais citados dos 634 pesquisados no período de 2000-2023...	106

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Principais segmentos das startups brasileiras	63
Gráfico 2: Distribuição dos artigos no período analisado.....	88
Gráfico 3: Revistas mais relevantes	90
Gráfico 4: Percentual de artigos por língua de publicação	95

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANPAD - Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração

BG(s) – *Born Global(s)*

C&T - Ciência e Tecnologia

CLT – Consolidação das Leis Trabalhistas

EBGs - Empresas *Born Global*

IBR - *International Business Review*

IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial

INV(s) – *Internatinal New Ventures*

ISI – *Institute for Scientific Information*

ISI - *International Scientific Indexing*

ISSN – *International Stardard Serial Number*

MCTIC - Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicações

MNEs – Empresa multinacional

OMS – Organização Mundial da Saúde

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SME(s) – *Small and Medium Enterprises*

WoS – *Web of Science*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	18
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA	19
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA	21
1.3 OBJETIVOS DA TESE	22
1.4 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	23
1.5 JUSTIFICATIVAS	23
1.5.1 Justificativas acadêmicas	24
1.5.2 Justificativas gerenciais	26
1.6 ESTRUTURA DA TESE	27
2 REVISÃO DA LITERATURA	29
2.1 EXPLORANDO O NEXUS ESTRATÉGICO: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA SOBRE INOVAÇÃO, COMPETITIVIDADE E INTERNACIONALIZAÇÃO EMPRESARIAL	29
2.2 INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS	38
2.2.1 Teorias de internacionalização com base no enfoque econômico.....	45
2.2.1.1 <i>Teoria do Poder de Mercado</i>	46
2.2.1.2 <i>Ciclo de Vida do Produto</i>	48
2.2.1.3 <i>Teoria da Internalização</i>	49
2.2.1.4 <i>Paradigma eclético</i>	50
2.2.2 Teorias de internacionalização com base no enfoque comportamental	51
2.2.2.1 <i>Modelo de Uppsala</i>	51
2.2.2.2 <i>Empreendedorismo internacional</i>	52
2.2.2.3 <i>Networks ou Rede de Contatos</i>	53
2.2.3 Teorias de internacionalização recentes.....	54
2.2.3.1 <i>Paradigma Linkage, Leverage, Learning (LLL)</i>	54
2.2.3.2 <i>Investment Development Path (IDP)</i>	56
2.2.3.3 <i>Teoria das vantagens competitivas</i>	56
2.3 EXPLORANDO O ECOSISTEMA <i>STARTUP</i>: TENDÊNCIAS E FENÔMENOS GLOBAIS	58
2.3.1 <i>Startups</i>	58
2.3.2 O fenômeno <i>Born Global</i>	65
3 PERCURSO METODOLÓGICO	74
3.1 DELINEAMENTO E ESTRATÉGIA DE PESQUISA	74
3.2 CLASSIFICAÇÃO E ABORDAGEM DA PESQUISA	75
3.3 COLETA DE DADOS	78
3.4 ANÁLISE, TRATAMENTO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	82
3.5 LIMITAÇÕES METODOLÓGICAS	85
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS: O ESTADO DA ARTE SOBRE AS <i>BORN GLOBALS</i>	87
5 PROPOSTA DE UMA AGENDA DE PESQUISAS	120

CONSIDERAÇÕES FINAIS	122
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	126

1. INTRODUÇÃO

A internacionalização é um passo importante para *startups* que buscam crescimento e sucesso no mercado global. No entanto, esse processo pode ser complexo e apresentar diversos desafios que precisam ser superados. A internacionalização de *startups* é importante para impulsionar o crescimento, aumentar a competitividade, acessar recursos e talentos globais, promover aprendizado e desenvolvimento, atrair investimento e fortalecer a imagem da marca. Ao expandir para mercados internacionais, as *startups* têm a oportunidade de alcançar novos patamares de sucesso e contribuir para a economia global.

Esta tese tem como objetivo investigar e analisar o fenômeno acerca das "*born globals*" (BGs) no contexto da internacionalização de *startups*, com foco na compreensão de suas características distintivas, estratégias de internacionalização, desafios e impactos, à luz das teorias de internacionalização existentes. A pesquisa visa aprofundar o conhecimento sobre as "*born globals*" e fornecer *insights* relevantes para o campo da internacionalização de empresas, beneficiando *startups*, empreendedores e formuladores de políticas, avaliando o que vem sendo publicado sobre o processo de expansão global dessas empresas.

No geral, o objetivo principal é contribuir para o entendimento do processo de internacionalização de *startups*, mais especificamente as *Born Globals*, fornecendo uma análise abrangente do estado atual da arte, identificando tendências e áreas que merecem mais investigação, e oferecendo *insights* práticos que possam beneficiar tanto as *startups* quanto os tomadores de decisão envolvidos nesse contexto.

A avaliação da produção científica desempenha um papel crucial na obtenção de investimentos financeiros em pesquisa e na contribuição da Ciência para alcançar os objetivos econômicos, sociais e políticos de um país (Velho, 1986). A atividade científica é mais intensamente avaliada em ambientes científicos ativos e produtivos, onde são realizados processos avaliativos frequentes e rigorosos. Além da criação de bases de dados para coleta e organização de informações sobre Ciência e Tecnologia (C&T), vários pesquisadores e instituições estão envolvidos na identificação de indicadores sobre a Ciência. Isso abrange a produtividade de instituições e áreas do conhecimento, fator de impacto de periódicos,

colaboração científica e investimentos em pesquisa. Este esforço conjunto visa aprimorar a compreensão e avaliação da contribuição da Ciência para o desenvolvimento do país.

Os resultados podem ser úteis para as *startups* em sua busca por uma estratégia eficaz de internacionalização, bem como para gestores, investidores e formuladores de políticas interessados no desenvolvimento e fortalecimento do ecossistema empreendedor no Brasil.

Neste capítulo, apresenta-se a contextualização do tema proposto, o problema de pesquisa, os objetivos gerais e específicos, as justificativas acadêmicas e gerenciais, bem como a delimitação do tema e a estrutura da tese.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TEMA

O ambiente globalizado e competitivo vivido atualmente vem suscitando modificações estratégicas nas organizações, forçando-as a adaptarem sua forma de atuação, seu negócio e seus planos. A busca por processos de internacionalização como forma de ampliar seu escopo vem se tornando uma necessidade para a sobrevivência e desenvolvimento de uma empresa no mercado, despontando como uma forma de adaptação ao novo mercado competitivo.

A competitividade é um dos aspectos fundamentais para a entrada no mercado internacional, podendo ocorrer por meio de exportações, desde que a empresa esteja preparada para alcançar altos níveis de inovação, produtividade e estrutura de negócios (Córdoba; Rodenes; Rueda, 2018).

A partir da década de 90, o processo de transação de mercadorias entre diferentes países se tornou acessível a várias empresas, devido à globalização. Como o número de empresas internacionalizadas era menor, no início do processo de abertura de diferentes mercados, havia uma maior facilidade de posicionar uma empresa no mercado externo. Todavia, atualmente, é necessário que uma empresa, que deseja se internacionalizar, crie estratégias alinhadas e assertivas com o propósito da organização para que as chances da consolidação da marca em âmbito internacional sejam possíveis e reais (Sebrae, 2018).

A internacionalização de produtos traz várias vantagens nos âmbitos mercadológicos, inovação, finanças e de gestão de pessoas. Segundo o SEBRAE (2018), se internacionalizar pode aumentar o grau de conhecimento e de tecnologia de uma empresa, diminuir a capacidade ociosa, melhorar o custo/benefício da compra de matéria-prima e criar uma economia de escala, na qual se pode produzir e vender mais. Além disso, é possível que a empresa receba incentivos

fiscais tanto em relação ao país de origem quanto o que receberá a mercadoria. Para que isso aconteça e que não cause grandes imprevistos, é necessário que se trace uma estratégia competitiva bem consolidada para as possibilidades de internacionalização de uma empresa.

Nos últimos anos foi possível observar um aumento no número de *startups* no mercado brasileiro, que somam mais de 22 mil empresas (*STARTUPBASE*, 2023). A *Startupbase* (2023) é uma referência em dados do ecossistema de *startups* no Brasil e apresenta o número de empresas em tempo real. Na Tabela 1 a seguir é possível observar os 10 ramos de atuação que mais possuem *startups* no Brasil e que estão cadastradas no *site*.

Quadro 1: Quantitativo de *startups* no Brasil por ramo de atuação

Ramo de atuação	Percentual (%)
Educação	14,5
Finanças	9,1
Saúde e Bem-estar	8,9
Desenvolvimento de software	6,7
Varejo	5,1
Recursos humanos	4,8
Marketing	4,2
Agronegócio	4,1
Logística	3,4
Indústria	2,9

Fonte: Startupbase (2023)

Diante dos dados apresentados na tabela anterior, é possível perceber que é relevante um estudo acerca das *startups*, tendo em vista o surgimento de diversas empresas nas mais variadas áreas. Destaca-se que as organizações dos setores apresentados possuem características de escalabilidade, sendo essencial o entendimento acerca da inovação para que elas sejam inseridas com sucesso no mercado internacional, mesmo com recursos limitados (Oviatt; Mcdougall, 2005).

Enquanto a vantagem competitiva pode advir de tamanho ou patrimônio, entre outros fatores, o cenário está gradativamente mudando em favor daquelas organizações que conseguem mobilizar conhecimento e avanços tecnológicos e conceber a criação de novidades em suas ofertas (produtos/serviços) e nas formas como as criam e as lançam (Tidd; Bessant, 2015, p.06).

Entende-se que a inovação é guiada por uma habilidade no estabelecimento de relações, detectando oportunidades e fazendo melhor proveito de cada uma delas. “A inovação não consiste apenas na abertura de novos mercados – pode também significar novas formas de servir a mercados já estabelecidos e maduros” (Tidd; Bessant, 2015, p.04).

A presente pesquisa pretende investigar e contribuir para aprofundar o conhecimento sobre a internacionalização de *startups*, por meio de uma análise abrangente do estado atual da pesquisa nesse campo. Isso envolve a identificação de tendências emergentes, áreas que necessitam de investigação adicional e a geração de *insights* práticos que possam ser vantajosos tanto para *startups* quanto para os decisores envolvidos nesse processo.

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Diante do contexto dinâmico e desafiador das *startups*, a decisão de internacionalização representa uma escolha estratégica crucial. No entanto, a literatura existente oferece uma ampla variedade de perspectivas e informações dispersas sobre o processo de internacionalização. O cenário globalizado e competitivo pressiona as empresas a adaptarem suas estratégias, fazendo da internacionalização não apenas uma opção, mas uma necessidade para sua sobrevivência e desenvolvimento.

Apesar do crescente interesse e reconhecimento das *Born Globals* como um fenômeno significativo na internacionalização de *startups*, existe uma lacuna no entendimento abrangente de como essas empresas operam, quais são as teorias de internacionalização mais relevantes para sua compreensão, e como suas estratégias, desafios e impactos se comparam com as *startups* que seguem abordagens de internacionalização mais tradicionais.

O problema de pesquisa reside na necessidade de preencher essa lacuna, fornecendo uma análise aprofundada e abrangente do horizonte das *Born Globals* e sua relação com as teorias de internacionalização, bem como as implicações práticas para *startups* e atores do ecossistema empreendedor. Diante desse cenário, questiona-se:

Como a aplicação do método bibliométrico pode contribuir para o mapeamento sistemático da evolução da pesquisa sobre a internacionalização de *startups*, especialmente das *Born Globals*, identificando padrões, lacunas e tendências ao longo do tempo?

A presente tese de Doutorado fornece uma base sólida para *startups* e *stakeholders* interessados no processo de internacionalização, sintetizando o conhecimento existente e destacando as áreas que demandam mais investigação.

1.3 OBJETIVOS DA TESE

O principal objetivo deste trabalho é analisar de forma abrangente e sistemática a literatura existente sobre as *Born Globals* por meio de uma pesquisa bibliométrica, com o propósito de identificar as principais tendências de pesquisa, principais autores e lacunas para exploração do tema.

A intenção é proporcionar uma compreensão aprofundada do estado atual do conhecimento nessa área, fornecendo uma base sólida para a tomada de decisões informadas por parte das *startups* e outros interessados no campo da internacionalização de empresas emergentes, além de identificar áreas de pesquisa que demandam maior investigação.

Para alcançar esse objetivo geral, a pesquisa se propõe a alcançar os seguintes objetivos específicos:

- Mapear a evolução temporal da pesquisa: identificar como o interesse e a pesquisa relacionados à internacionalização das *startups Born Globals* evoluíram ao longo do tempo, destacando períodos de crescimento ou declínio nas publicações;
- Analisar a distribuição geográfica da pesquisa: investigar a origem geográfica das publicações, destacando as regiões do mundo mais ativas na pesquisa sobre a internacionalização de *startups*;
- Sugerir direções para pesquisas futuras: sugerir áreas de pesquisa que podem beneficiar o desenvolvimento do conhecimento sobre a internacionalização de *startups* e o apoio a decisões práticas;
- Fornecer uma síntese do estado da arte: resumir os principais resultados da pesquisa bibliométrica de forma a proporcionar uma visão geral do estado atual do conhecimento na internacionalização de *startups*;
- Contribuir para o meio empresarial e acadêmico com a criação de um *framework* sobre o processo de internacionalização com base na literatura selecionada.

Ao atingir esse objetivo de pesquisa, espera-se contribuir para o conhecimento sobre a internacionalização de *startups Born Globals* brasileiras, fornecendo *insights* relevantes para empreendedores, gestores, investidores e formuladores de políticas interessados em promover o crescimento e a competitividade das *startups* brasileiras no cenário global.

1.4 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

A globalização vem modificando a maneira de as organizações se relacionarem atualmente. Diante dessas modificações, as empresas vêm buscando cada vez mais novas formas de se manterem competitivas no mercado e uma delas é por meio da estratégia de internacionalização.

Este trabalho parte da premissa de que o processo de internacionalização de uma *startup* não é um processo simples, principalmente porque o processo de internacionalização exige uma maturidade da empresa, além de todas as questões burocráticas relacionadas às organizações consideradas como *startups*. No entanto, acredita-se que essas organizações inovadoras, as chamadas *Born Globals*, nascem com um DNA global, promovendo processos de internacionalização cada vez mais cedo.

A premissa desta pesquisa é que existem publicações bibliométricas e acadêmicas relacionadas à internacionalização de *startups* que podem ser acessadas e analisadas para realizar a pesquisa, no entanto, faz-se necessário um trabalho para entender o Estado da Arte sobre o tema, de forma mais completa e robusta. Supõe-se que a pesquisa bibliométrica pode revelar tendências ao longo do tempo na evolução da pesquisa sobre as *Born Globals*.

Diante desse contexto, de busca por inovações e busca por vantagens competitivas, o presente estudo busca avaliar o que vem sendo publicado sobre o tema de internacionalização de *startups*, mais especificamente sobre as *Born Globals*, em bases científicas, mais especificamente nos bancos de dados da *Web of Science*, *SPELL* e *Scopus*, entre os anos de 2000 e 2023. É importante ressaltar que esse horizonte temporal foi escolhido por conta da globalização forte que aconteceu após os anos 2000, evidenciando um aumento significativo de trabalhos sobre o tema a partir da década de 2000

1.5 JUSTIFICATIVAS

A presente pesquisa possui caráter multidisciplinar, sendo assim, as justificativas para a escolha do tema foram baseadas em duas premissas: sua relevância acadêmica e a importância gerencial.

Nos últimos anos a produção de conhecimento na área de estratégia de internacionalização de empresas vêm aumentando, proporcionando uma maior quantidade de informação publicada no mundo. O ambiente cada vez mais dinâmico e com mudanças complexas exige ações rápidas por parte das organizações. Essa busca incessante por estratégias que auxiliem as empresas traz à tona a internacionalização de empresas como uma forma de ampliar o escopo da organização.

“No crescente campo de pesquisa em Negócios Internacionais (IB), as revisões sistemáticas da literatura têm grande valor, mas ainda não há muitas revisões publicadas descrevendo como os pesquisadores podem projetar e desenvolver artigos de revisão clássicos” (Paul; Criado, 2020, p.01). Dessa forma, salienta-se a importância de uma pesquisa como esta para ampliar os estudos na área.

Ao buscar compilar informações sobre temas abordados pela ciência, frequentemente enfrenta-se o desafio de identificar recursos que possam apoiar essa tarefa. Os estudos bibliométricos não apenas buscam preencher essa lacuna (Santos; Kobashi, 2009) mas também servem como métodos para avaliar o conhecimento científico e mensurar os fluxos de informação (Vanti, 2002).

Além de oferecer uma síntese dos principais constructos e dimensões envolvidos no processo de internacionalização de empresas internacionais emergentes (INVs), a contribuição deste trabalho reside no fornecimento de um *framework* abrangente e integrativo que ajuda a entender e contextualizar esse processo complexo.

Os temas de inovação e internacionalização são normalmente discutidos de forma separada, possuindo um foco maior em empresas grandes. Dessa forma, entende-se que o estudo dos temas elencados em *startups* é uma lacuna no conhecimento que precisa ser preenchida.

1.5.1 Justificativas acadêmicas

Quanto às justificativas acadêmicas, é possível destacar o fato de existir na academia uma escassa literatura sobre a internacionalização de *startups*, entendendo-se que o trabalho contribuirá para outros estudiosos se debruçarem sobre o tema e para o sucesso da

internacionalização de uma *startup*. A literatura existente sobre internacionalização de *startups* é dispersa e oferece perspectivas variadas. A pesquisa visa preencher uma lacuna específica ao analisar de maneira abrangente e aprofundada as *Born Globals*, fornecendo uma visão mais integrada e completa do fenômeno.

Além disso, pode-se dizer ainda que o processo de internacionalização de *startups* fortalece o ambiente econômico. O crescente reconhecimento das *Born Globals* como um fenômeno significativo na internacionalização de startups destaca a necessidade de uma análise mais detalhada. Esse grupo de empresas representa uma abordagem distinta em comparação com as estratégias tradicionais de internacionalização, exigindo uma compreensão mais aprofundada.

Ao investigar a relação entre inovação e internacionalização de *startups*, o estudo abre espaço para pesquisas adicionais e promove a geração contínua de conhecimento nesse campo. Isso pode levar a novas descobertas, melhores práticas e *insights* valiosos para a comunidade acadêmica, empresarial e governamental.

Embora as técnicas quantitativas de medição da produção científica tenham algumas décadas de existência, ainda não estão completamente consolidadas (Spinak, 1998; Sancho, 1990). No entanto, sua adoção está em constante expansão em vários países, e a preocupação em seguir as tendências globais de avaliação em Ciência e Tecnologia (C&T) levou o Brasil a desenvolver diversas bases de dados e indicadores. Essas bases de dados não apenas apoiam a visibilidade da produção científica nacional, mas também fornecem informações sobre resultados de pesquisa, pesquisadores e instituições. Exemplos notáveis incluem a SCIELO, a Plataforma *Lattes*, o Diretório dos Grupos de Pesquisa e a Base de Patentes do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Nos países mais produtivos da Europa e nos Estados Unidos, a avaliação da produção científica é uma prática rotineira adotada por agências de fomento, ministérios e organismos vinculados às políticas de Ciência e Tecnologia (C&T). Essa avaliação desempenha um papel essencial na formulação de indicadores, na alocação estratégica de investimentos e no desenvolvimento de abordagens regionais e institucionais. Além disso, é crucial para avaliar os resultados das políticas implementadas nessas áreas.

Essas práticas relacionadas aos indicadores de C&T têm despertado interesse em outras nações, especialmente aquelas que registram um rápido crescimento no que diz respeito à produção científica, como é o caso do Brasil. A implementação de avaliações sistemáticas da

produção científica contribui não apenas para medir o progresso e a eficácia das atividades de pesquisa, mas também para orientar decisões estratégicas relacionadas a investimentos e políticas públicas. A troca de experiências e a incorporação das melhores práticas observadas em países mais desenvolvidos podem ser abordagens valiosas para fortalecer o sistema de Ciência e Tecnologia em ascensão.

1.5.2 Justificativas gerenciais

Ao preencher a lacuna na compreensão da internacionalização de *startups*, a pesquisa contribui para o desenvolvimento do conhecimento acadêmico e pode ter impactos positivos no apoio e crescimento do ecossistema empreendedor.

Sendo assim, quanto às justificativas gerenciais, o presente trabalho apoia os gestores de *startups* ao apresentar a trajetória, os percalços e caminhos da internacionalização de uma *startup* brasileira relatados pela literatura, com vistas a guiar seus caminhos para que o processo possa ocorrer. O conhecimento dos fatores que influenciam a decisão de internacionalização é crucial para que empreendedores, gestores e formuladores de políticas compreendam as motivações e os desafios enfrentados pelas *startups* brasileiras nesse processo. Isso permite a criação de estratégias mais eficazes para apoiar a internacionalização e o crescimento dessas empresas.

O estudo enfoca a importância dos aspectos inovadores na tomada de decisão de internacionalização. Ao reconhecer o papel central da inovação, é possível destacar o valor de abordagens criativas, tecnologias disruptivas e modelos de negócios inovadores na expansão bem-sucedida das *startups* brasileiras para mercados internacionais.

A pesquisa fornece *insights* que podem impulsionar a competitividade das *startups* brasileiras no cenário global. Ao entender como os aspectos inovadores influenciam o processo de internacionalização, as *startups* podem tomar decisões mais informadas e estratégicas, aproveitando suas vantagens competitivas para conquistar e se posicionar nos mercados internacionais.

Ao analisar os fatores determinantes e o impacto dos aspectos inovadores na internacionalização das *startups* brasileiras, o estudo fornece orientações práticas para empreendedores, gestores de incubadoras, investidores e formuladores de políticas interessados em promover o crescimento e o sucesso do ecossistema empreendedor brasileiro.

Os resultados da pesquisa podem ter implicações diretas para as práticas empresariais, informando estratégias de internacionalização adotadas por startups, especialmente as *Born Globals*. Isso é crucial para empreendedores, investidores e outros *stakeholders* interessados no sucesso e na sustentabilidade das startups no mercado global.

Em suma, o estudo é relevante para *startups*, empreendedores, gestores, investidores, aceleradoras, formuladores de políticas, acadêmicos e pesquisadores que estão envolvidos ou interessados no ecossistema empreendedor brasileiro e no processo de internacionalização das *startups*.

Destaca-se ainda a contribuição da tese para a sociedade, visto que auxilia no desenvolvimento tecnológico e econômico do Brasil ao promover uma ampliação do escopo das *startups* no ambiente competitivo, sendo um trabalho original e inédito, dada a profundidade da análise. A pesquisa pode revelar oportunidades de desenvolver parcerias estratégicas no âmbito internacional e gestores podem identificar setores, regiões ou empresas específicas que representem oportunidades de colaboração para impulsionar a expansão internacional de suas *startups*.

1.6 ESTRUTURA DA TESE

O presente capítulo está estruturado iniciando com a exposição do tema e do problema de pesquisa, seguido pela identificação dos objetivos gerais e específicos. Na sequência, são abordadas a delimitação da pesquisa e as justificativas acadêmicas e gerenciais que fundamentaram a escolha do tema pela autora.

A tese está estruturada em seis partes. Além desta introdução, que possui o objetivo de orientar o leitor no percurso das reflexões projetadas no trabalho, é possível encontrar um capítulo com a revisão da literatura, que destaca as principais discussões acerca do tema de estratégia, gestão da inovação, bem como a relação entre inovação e internacionalização, internacionalização de empresas e suas teorias, *startups*, bem como o fenômeno das BG(s).

A seção seguinte abrange o detalhamento dos procedimentos metodológicos que foram aplicados na pesquisa, esclarecendo ainda como os dados foram obtidos na análise

bibliométrica. Em seguida é possível encontrar os resultados da pesquisa, bem como uma discussão sobre o que fora encontrado e ainda o *framework* confeccionado.

Na sequência, a tese apresenta uma agenda de pesquisa, confeccionada a partir dos achados encontrados no trabalho. No capítulo final, a autora compartilha suas considerações finais, destacando os aprendizados e resultados adquiridos ao longo da condução da pesquisa. No fechamento, encontram-se as referências utilizadas na tese.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Neste capítulo, são abordados os principais conceitos e teorias que constituem a fundamentação teórica deste trabalho. O objetivo é estabelecer uma estrutura mais sólida para a pesquisa, permitindo um delineamento, construção e desenvolvimento mais eficazes.

A revisão da literatura é uma parte essencial do processo de pesquisa acadêmica que envolve a análise crítica e a síntese de trabalhos publicados relevantes sobre o tema delimitado. Este componente visa proporcionar uma compreensão abrangente do estado atual do conhecimento na área de estudo, identificando lacunas, tendências e perspectivas.

A revisão da literatura permitiu identificar os principais conceitos, modelos teóricos e *frameworks* relevantes para esta pesquisa, além de oferecer *insights* sobre as principais variáveis e abordagens metodológicas utilizadas em estudos anteriores. Também ajudou a estabelecer um referencial teórico sólido para analisar os resultados e discuti-los à luz do conhecimento existente.

É importante ressaltar que a revisão da literatura é um processo contínuo e dinâmico, sujeito a atualizações e incorporação de novas evidências à medida que a pesquisa avança. A literatura revisada fornece uma base consistente para esta pesquisa sobre internacionalização de *startups*, oferecendo um contexto teórico e embasamento necessário para a análise dos resultados obtidos.

No contexto teórico, serão discutidos os fundamentos da estratégia, gestão da inovação e internacionalização de empresas, bem como a relação entre esses elementos. Além disso, foi dedicado um subcapítulo específico às *startups*, contendo ainda uma revisão da literatura acerca das *Born Globals*.

2.1 EXPLORANDO O NEXUS ESTRATÉGICO: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA SOBRE INOVAÇÃO, COMPETITIVIDADE E INTERNACIONALIZAÇÃO EMPRESARIAL

Atualmente, as empresas enfrentam um ambiente turbulento e de forte concorrência, fazendo com que seus gestores estejam sempre em busca de novas maneiras de gerenciar da

melhor forma seu negócio, em busca de conquistar uma vantagem competitiva perante seus concorrentes (Lacombe; Heilborn, 2015).

As estratégias possuem o objetivo de auxiliar os executivos no desenvolvimento dos processos de planejamento, permitindo a identificação de alternativas para os negócios, repensando seus produtos e a distribuição dos recursos entre as unidades. Os autores Certo e Peter (2005, p. 11) dizem que “a estratégia é definida como um curso de ação para garantir que a organização alcance seus objetivos”. Já os autores Barney e Hesterly (2017) definem a estratégia como uma forma de conquistar as vantagens competitivas.

De acordo com Henderson (1998), a estratégia é a busca deliberada de um plano de ação que irá desenvolver vantagem competitiva na empresa, onde seus concorrentes mais acirrados são aqueles que possuem atitudes iguais as suas, isto é, a vantagem competitiva é capaz de diferenciar as organizações.

De acordo com Mintzberg, Ahlstrand e Lampel (2010), as estratégias podem resolver grandes questões por um tempo, enquanto os planejadores se ocupam de detalhes, como voltar-se para os clientes e melhorar o atendimento ao invés de pensar nos tipos de mercados que são melhores ou piores. Entretanto, sua simplificação pode causar distorções na realidade, levando a uma cegueira nas organizações.

Segundo os autores Barney e Hesterly (2017), o processo de criação de uma estratégia, seja para o mercado interno ou para o externo, gira em torno da figura a seguir:

Figura 1: O processo de gestão estratégica



Fonte: Barney; Hesterly (2017, p.11).

Conforme pode ser observado na figura 1, a missão é conceituada pelo propósito da existência e criação de uma empresa, ou seja, o que ela é e o que ela poderá agregar ao mercado (Barney; Hesterly, 2017). Já os objetivos são o que a empresa deseja alcançar com a estratégia em desenvolvimento. No caso da internacionalização é o que a empresa deseja receber e

oferecer com o seu posicionamento no exterior. As análises externa e interna devem ser observadas de acordo com a análise SWOT, conforme defendido por Michel Porter.

Realizar a análise SWOT, de Michael Porter, é de extrema importância para a criação de uma estratégia bem consolidada em uma organização. Primeiramente, a sigla SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities e threats*) é traduzida em português por forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Criar a matriz de análise do ambiente externo e interno é uma missão de extrema importância tanto nos mercados domésticos quanto estrangeiros, auxiliando as organizações que buscam a internacionalização a entender o seu panorama.

O primeiro passo na análise SWOT é do ambiente interno, que consiste em dois parâmetros: forças e fraquezas. Em resumo, esses parâmetros são os que a empresa tem poder de interferência e modificação de acordo com a necessidade. A segunda etapa para a análise é observar o ambiente externo, caracterizado pelas ameaças e oportunidades. Portanto, são variáveis que não estão ao alcance da empresa e, por conseguinte, fica à mercê do atual cenário na qual está inserida, por exemplo, política, economia etc. (Porter, 2008).

Depois de estabelecidos os quatro passos iniciais da criação de uma estratégia é necessário à criação de planos e táticas mais adequados para a execução desses objetivos estabelecidos. Após todo o estudo acerca da criação de uma estratégia, bem como a sua modelagem, o próximo passo é a implantação da mesma e o monitoramento se esta estratégia está gerando na organização vantagem competitiva, paridade competitiva ou, no pior cenário, desvantagem competitiva (Barney; Herstely, 2017).

No subcapítulo seguinte, serão apresentadas as teorias da gestão da inovação, entendido como um componente crucial para compreender e otimizar o processo de internacionalização empresarial. A gestão eficaz da inovação não apenas impulsiona a competitividade, mas também desempenha um papel determinante na adaptação aos desafios específicos associados à internacionalização.

Um dos autores pioneiros e mais significativos no estudo da inovação e da sua relevância foi Joseph Schumpeter (1957). O economista entende que a partir de inovações, surgem novos mercados, mudando o ciclo econômico circular vigente, criando demandas ou até mesmo satisfazendo demandas não atendidas anteriormente. Em seus estudos, Schumpeter notou que ocorre uma “destruição criativa”, em que há uma constante busca pela criação de algo novo, destruindo as coisas velhas, sempre a fim de obter vantagem competitiva (Tidd; Bessant, 2015).

Em uma visão geral da sociedade a inovação é comumente entendida como algo novo, moderno, inédito e baseado em comercialização. No entanto, na literatura comum da área, essa concepção de inovação é incorreta. Um dos principais estudiosos do tema, o autor Everett Rogers, possui uma obra clássica intitulada “*Diffusion of Innovations*” (1983). Segundo Rogers (2003, p. 12, tradução livre), “uma inovação é uma ideia, prática, ou objeto que é percebido como novo por um indivíduo ou outra unidade de adoção”.

Os autores Tidd e Bessant (2015) complementam, afirmando que as organizações precisam inovar, e caso não o façam, correm o risco de ser superado por outros que inovem. Dessa forma, é possível dizer que a inovação é uma questão de sobrevivência e está fortemente associada ao crescimento. “Novos negócios são criados a partir de novas ideias, pela geração de vantagem competitiva naquilo que uma empresa pode ofertar” (Tidd; Bessant; 2015, p. 21).

De acordo com Bencke *et al.* (2018), Schumpeter (1957) identifica cinco maneiras distintas pelas quais a inovação pode ocorrer: (i) com a introdução de um novo produto ou serviço; (ii) através da melhoria ou adição de novos atributos a um produto existente; (iii) pela criação de um novo mercado; (iv) pela descoberta de novos fornecedores de matérias-primas; e (v) pela introdução de novas formas de arranjo organizacional.

A inovação ocorre como um processo de quatro fases, transformando realidades e ampliando valor, conforme pode ser visualizado na figura 2 a seguir.

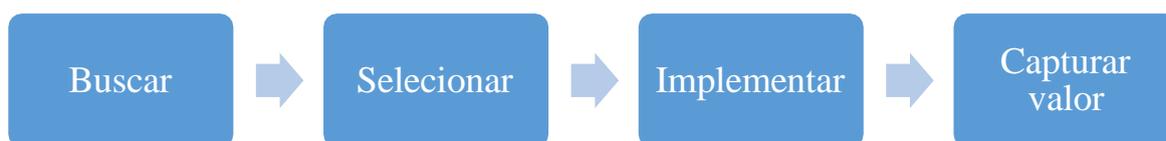


Figura 2: Processo de inovação
Fonte: Baseado em Tidd; Bessant, 2015.

O primeiro passo corresponde à busca, em que são investigados indicadores do mercado, regulamentações e comportamento dos competidores, trazendo novas ideias para sobrevivência e vantagem competitiva. O segundo passo corresponde à seleção, em que são escolhidas de forma estratégica, as opções com maior possibilidade de crescimento e desenvolvimento (Tidd; Bessant, 2015).

O terceiro passo é a implementação, sendo um desafio transformar o que foi escolhido em realidade. Por fim, a quarta e última etapa é a captura de valor, se baseando nos esforços inovativos, buscando ter esforços que se justifiquem e que dificultem a ação da concorrência (Tidd; Bessant, 2015).

A inovação pode assumir diversas formas distintas e podem ser resumidas em quatro dimensões, chamadas de 4P's da inovação (Tidd; Bessant, 2015):

- **Inovação de produto:** modificações nos produtos e serviços que uma determinada organização oferece;
- **Inovação de processo:** alterações nas formas que a os produtos e serviços são criados e ofertados ou apresentados ao consumidor;
- **Inovação de posição:** contextos diferentes em que os produtos e serviços são oferecidos;
- **Inovação de paradigma:** transformações nos modelos mentais que direcionam a empresa.

Destaca-se que o relevante, segundo Rogers (2003), não é julgar se a ideia é inédita, mas sim que seu caráter inovador vem da percepção de algo novo e da reação a essa novidade em determinado contexto, além de identificar onde e como os novos mercados podem ser fomentados e criados (Tidd; Bessant, 2015).

“A inovação é orientada pela habilidade de fazer relações, de visualizar oportunidades e de tirar vantagem delas. Às vezes, envolve possibilidades completamente novas, como a exploração de avanços tecnológicos totalmente radicais” (Tidd; Bessant, 2015, p.22).

Em seus estudos, Rogers (2003) identificou atributos ou propriedades gerais acerca de uma inovação universalmente relevantes, sendo capazes de explicar de 49% a 87% da variância da sua taxa de adoção. Segundo o autor, a forma como uma inovação irá se consolidar e se legitimar depende diretamente das cinco características percebidas por seus potenciais usuários. Esses cinco atributos são:

- **Vantagem relativa:** está relacionado ao grau com que uma inovação é percebida como melhor que uma ideia, prática ou produto anterior;

- **Compatibilidade:** relaciona-se com o grau com que a inovação é percebida como compatível com os valores, experiências e necessidades dos indivíduos;
- **Complexidade:** se associa com o grau de dificuldade de entendimento de uso, funcionamento e finalidade da inovação;
- **Testabilidade:** conecta-se com o grau de possibilidade de experimentação da inovação antes de ser adotada;
- **Observabilidade:** corresponde ao grau com que os benefícios da inovação sejam visíveis para os sujeitos.

A inovação pode ser caracterizada como incremental ou radical. O tipo de inovação mais elementar é a incremental, que abrange melhorias no design, na qualidade dos produtos ou serviços ou até mesmo, apresenta aperfeiçoamento em seus layouts e processos produtivos. Já a inovação radical parte do princípio de um rompimento da trajetória existente, criando-se uma rota tecnológica, que normalmente é fruto de atividades da área de Pesquisa e Desenvolvimento (Tigre, 2006).

O processo inovativo pode ser entendido como uma forma de obter crescimento, visto que as organizações precisam aproveitar suas capacidades inovativas para desenvolver novos negócios, sendo o único meio pelo qual as empresas podem manter uma vantagem competitiva (Muller; Valikangas; Merlyn, 2005).

“Uma inovação só produz impactos econômicos abrangentes quando se difunde amplamente entre as empresas, setores e regiões, desencadeando novos empreendimentos e criando novos mercados” (Tigre, 2006, p. 86).

O ecossistema de inovação é um termo utilizado para descrever o conjunto de elementos, instituições, empresas, organizações, pessoas e recursos que interagem para promover a inovação em uma determinada região ou setor. Esse ecossistema pode incluir universidades, centros de pesquisa, empresas de tecnologia, investidores, aceleradoras de startups, incubadoras, associações empresariais, governos, entre outros atores.

O Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicações (MCTIC) define os ecossistemas de inovação como ambientes que promovem o desenvolvimento econômico e tecnológico. Esses ecossistemas englobam diferentes elementos, como parques científicos e tecnológicos, cidades inteligentes, distritos de inovação e polos tecnológicos (MCTIC, 2018). Essas estruturas são importantes para fomentar a inovação e o empreendedorismo, criando um

ambiente propício para o surgimento de novas ideias e negócios, impulsionando o crescimento econômico e tecnológico em uma determinada região ou setor.

A seguir é possível observar os principais componentes do ecossistema de inovação, com base em Aranha (2016):

- **Aceleradoras:** São organizações privadas que oferecem suporte a startups com foco em negócios altamente escaláveis e que podem obter investimentos rapidamente. São compostas por uma rede de empreendedores, investidores, pesquisadores, empresários, mentores de negócios e fundos de investimento, oferecendo um programa intenso de aceleração e mentoring para as startups selecionadas.
- **Hubs de inovação:** são espaços físicos criados para fomentar redes de relacionamento entre empresas que desejam criar, empreender, trabalhar e inovar juntas em uma rede colaborativa.
- **Coworking:** Os espaços de *coworking* são compostos por um grupo de pessoas, empresas e organizações que compartilham um mesmo ambiente de trabalho, mas de forma independente. Esses espaços se tornaram muito populares entre startups, que utilizam mecanismos semelhantes aos das incubadoras e aceleradoras.
- **Incubadora:** Um agente do ecossistema de inovação que oferece suporte a empreendimentos inovadores, auxiliando na transformação de ideias em negócios bem-sucedidos. Esses agentes fornecem infraestrutura, capacitação e suporte gerencial, orientando os empreendedores em questões administrativas, comerciais, financeiras e jurídicas, entre outras áreas cruciais para o desenvolvimento de uma empresa.
- **Parque tecnológico:** consiste em uma rede de empresas voltadas para pesquisa, tecnologia e inovação. O objetivo é promover a colaboração entre as empresas para estimular o desenvolvimento científico e tecnológico.

Cada um desses elementos desempenha um papel importante na promoção da inovação e no suporte ao desenvolvimento de novas ideias e negócios. Um ecossistema de inovação bem-sucedido é caracterizado pela presença de um ambiente favorável à criação e ao desenvolvimento de empresas inovadoras, que recebem suporte financeiro, jurídico, de marketing e de outros tipos, além de acesso a talentos, recursos e conhecimento. Isso cria um

ciclo virtuoso de inovação, em que novas empresas e tecnologias surgem, gerando novos empregos e impulsionando o crescimento econômico.

Os temas relacionados à inovação e à internacionalização são amplamente estudados na literatura, sendo apontados como um movimento que é capaz de fortalecer as empresas, seja o mercado nacional, seja no mercado internacional, ampliando sua competitividade e fortalecendo a economia de um país (Ribeiro, 2016).

O processo de internacionalização de empresas não é algo atual, pois desde a Idade Moderna já havia trocas de produtos de diferentes países ou territórios (Ribeiro, 2007). Contudo, foi a partir do mundo pós-guerra que houve a intensificação dessas trocas entre todo o mundo e estudos aprofundados acerca do tema. Dito isso, empresas que pretendem manter vantagem competitiva tanto no mercado interno quanto externo, devem estar atualizadas com todas as possíveis realidades distintas.

Uma das razões que faz com que as organizações busquem a internacionalização corresponde à busca por inovações que a farão ampliar sua tecnologia. “As empresas obtêm vantagem competitiva por meio de ações inovadoras. Elas abordam a inovação em seu sentido mais amplo, incluindo tanto novas tecnologias quanto novas maneiras de fazer as coisas” (Porter, 1990, p.174).

É relevante destacar que existe uma interdependência entre a inovação e a internacionalização, conforme modelo dos autores Filipescu, Rialp e Rialp (2009) e que pode ser observado a seguir, na Figura 12.

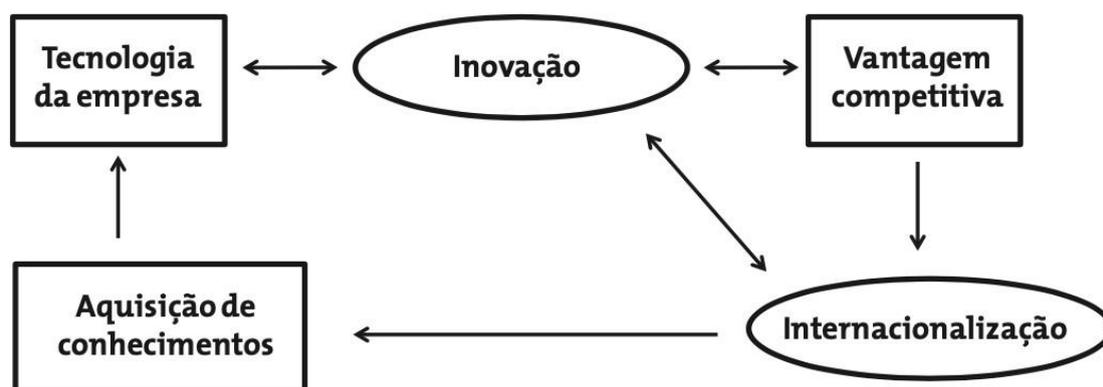


Figura 3: Interdependência entre internacionalização e inovação
Fonte: Filipescu, Rialp e Rialp (2009).

O modelo apresentado pelos autores entende que a tecnologia que a empresa possui a auxilia na inovação e na criação de vantagens competitivas, obtendo sucesso no seu processo de internacionalização. Ao conseguir atuar no mercado internacional, a organização adquire conhecimentos que auxiliarão na manutenção de suas vantagens, fortalecendo a criação de oportunidades. Por meio deste modelo, é possível notar que a relação entre internacionalização e inovação é mútua, visto que “melhorar ou criar vantagens competitivas implica em mais inovação” (Ribeiro, 2016, p.276).

Destaca-se que as empresas precisam entender o modelo como um ciclo, se movimentando de forma constante e buscando se adaptar aos mercados escolhidos, ampliando a sua experiência internacional e sua capacidade de seguir inovando (Filipescu, 2006).

A existência prévia de vantagens competitivas, obtidas via inovação, é um dos fatores que determinam e favorecem a internacionalização das empresas. Por outro lado, ao se internacionalizarem, as empresas ficam expostas a uma pressão competitiva maior que no mercado local e são induzidas a inovar mais (Ribeiro, 2016, p.263).

As empresas buscam o processo de internacionalização por entenderem que ele auxiliará no seu crescimento, permitindo ainda saltos tecnológicos. De acordo com Arbix, Salerno e De Negri (2005), a inovação exerce um papel central, já que as organizações que inovam mais, tendem a crescer de forma mais rápida. Como a internacionalização está conectada, a empresa que é internacionalizada, tende a inovar mais.

Diante desse ambiente, é possível dizer que as empresas conseguem ganhos de produtividade ou até mesmo acesso a entradas em novos mercados de forma mais rápida, do que se fossem desenvolver a inovação no seu país de origem. “Ao entrarem no mercado internacional, elas passam a ser influenciadas pelo novo ambiente e são expostas às mesmas pressões de demanda e oferta (...)” (Ribeiro, 2016, p.277). Reafirmando assim, a existência de uma interdependência entre a inovação e a internacionalização.

No próximo subcapítulo, será apresentado o campo da internacionalização de empresas, explorando a importância estratégica que permeia esse processo crucial. Em um ambiente globalizado e dinâmico, a formulação de estratégias eficazes desempenha um papel fundamental para as organizações que almejam expandir suas operações além das fronteiras nacionais. Entender como as decisões estratégicas impactam cada fase da internacionalização é essencial para garantir o sucesso e a sustentabilidade nesse cenário desafiador.

2.2 INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

O processo de globalização acontece a passos largos, intensificando a busca pelas organizações por novas maneiras de se destacar no mercado. Destaca-se que a globalização é relevante para o crescimento das empresas, movimentando os mercados globais. "A globalização de mercados refere-se à integração econômica e à crescente interdependência de países, que ocorrem em escala mundial" (Cavusgil; Knight; Riesenberger, 2010, p. 4).

Para que seja possível lidar com esse ambiente, muitas empresas têm optado pela estratégia de internacionalização de seus negócios, ampliando o seu escopo, buscando reduzir seus custos, elevando seus lucros e conquistando novos mercados (Costa; Santos, 2011). É importante ressaltar que o processo de internacionalização é gradual e exige atenção por parte dos gestores, sendo entendido como um processo que possui etapas incrementais de longo prazo (Cavusgil; Knight; Riesenberger, 2010, p. 4).

Destaca-se que a estratégia deve ser pensada pela organização como uma sequência de análises e escolhas, que devem ser feitos de forma cuidadosa pelos gestores. A principal ideia é a adaptação da organização ao que ocorre em seu entorno (Barney, 2011). A internacionalização é um marco significativo e intrincado para as empresas, contudo, o Brasil figura com uma visibilidade relativamente limitada nesse contexto (Gomes; Zouain; Souza, 2022).

O processo de internacionalização tem suscitado cada vez mais interesse de organizações e pesquisadores, sendo considerado um tema relevante no contexto global, diante das diversas modificações que vem ocorrendo na economia mundial. Destaca-se então, que as atividades internacionais se tornaram de suma importância para que as organizações busquem crescimento e sobrevivência no mercado (Costa; Santos, 2011; Czinkota; Ronkainen, 2008; Porter, 1999).

O caminho da internacionalização pode ser descrito como o aumento do envolvimento de uma empresa nos mercados internacionais, manifestando-se de diversas maneiras, tais como exportação, importação, investimento estrangeiro, abertura de subsidiárias, entre outras (Dethine; Enjolras; Monticolo, 2020).

Dessa forma, pode-se dizer que a internacionalização é um fluxo de decisões, que abarca decisões financeiras, de custo, tempo e incertezas e ainda o modo de entrada no mercado.

Conforme relatado por Hadrys-Nowak (2018), um aspecto crítico no processo de internacionalização é o comprometimento necessário de recursos em termos de investimentos.

As formas de entrada em um ambiente internacional devem ser muito bem pensadas e traçadas pelos gestores. Sendo assim, é necessário levar em consideração aspectos como as características dos produtos, da empresa e dos consumidores (Anderson; Gatignon, 1986).

As empresas têm buscado cada vez mais sua inserção nos mercados internacionais nos últimos anos, principalmente diante das mudanças ambientais ocorridas nos últimos anos, tais como o aumento da incerteza, o tamanho das organizações, o declínio da manufatura e a concentração e surgimento de alianças (Otley, 1999). Diante da alta concorrência em seus países, muitas vezes a atuação em negócios fora da sede tem crescido de forma vertiginosa. Os mercados internacionais oferecem diversas oportunidades para empresas do mundo todo, sendo um enorme campo de atuação para a maior parte dos gestores. Caso a empresa consiga conquistar e fidelizar seus clientes, suas chances de conquistar vantagens crescem muito.

A globalização aumentou a oferta de produtos e serviços nos mais diversos países. Diante disso, as organizações precisam buscar inovação e o oferecimento de um bom serviço aos seus clientes. A globalização econômica constitui-se na integração das economias nacionais com a economia internacional por meio do comércio, investimento estrangeiro direto (por corporações e multinacionais), fluxos de capital em curto prazo, fluxos internacionais de trabalhadores e pessoas em geral, e fluxos de tecnologia (Bhagwati, 2004, p. 22).

O advento da globalização traz diversas novas oportunidades às organizações. No entanto, para ser bem-sucedido e conquistar vantagem competitiva, as organizações precisam traçar objetivos e ter estratégias muito bem definidas. Sua gestão deve ser muito bem-feita, tendo em vista que diversos desafios irão ocorrer.

O processo de internacionalização vem acontecendo ao longo dos anos, tendo seu surgimento ainda na Idade Moderna (Costa; Santos, 2011). A partir do pós-guerra, uma intensificação do processo de internacionalização teve início, ampliando inclusive estudos sobre o tema.

Para que tenham sucesso internacionalmente, as organizações devem estar atentas aos diversos percalços que pode ocorrer no caminho, bem como estar atentas ao que acontece no mercado externo. Dessa forma, seus gestores devem ter total atenção ao identificar oportunidades e traçar estratégias em busca de uma vantagem competitiva perante os concorrentes.

O processo de internacionalização pressupõe a transposição de fronteiras para que as trocas comerciais ocorram. Destaca-se que as organizações devem ajustar suas condições internas antes de entrar no mercado internacional, avaliando como será feita a sua estratégia: (1) por meio de importação; (2) por meio de investimento; (2) por meio de exportação (Córdoba; Rodenes; Rueda, 2018).

De forma geral, toda empresa é considerada internacionalizada quando possui algum tipo de relacionamento ou contato com clientes e/ou fornecedores estrangeiros (Dalla Costa, 2004). Portanto, tecnicamente o conceito de internacionalização é um processo gradual, caracterizado por etapas incrementais de longo prazo para a fixação de uma empresa em outro país, criação de filiais no exterior ou no processo de exportação (Cavusgil; Tamer, *et.al*, 2010). Uma companhia pode ser entendida como internacionalizada ao possuir algum tipo de relacionamento com clientes e/ou fornecedores estrangeiros (Costa; Santos, 2011). Dessa forma, entende-se o conceito de internacionalização como algo gradual, composto por etapas incrementais de longo prazo: 1) Foco no mercado doméstico; 2) Etapa Pré-Exportação; 3) Envolvimento Experimental; 4) Envolvimento Ativo; 5) Comprometimento (Cavusgil *et.al*, 2010).

Segundo Casillas, Barbero e Sapienza (2015), a internacionalização representa um processo no qual uma empresa intensifica sua presença e consciência em atividades internacionais para realizar transações além das fronteiras. Trata-se, portanto, de um processo contínuo no qual as empresas ampliam sua influência, ultrapassando as simples exportações tradicionais, e organizam toda a cadeia de valor, abrangendo produção, marketing e vendas no mercado externo.

Carlson (1975 *apud* Hilal; Hemais, 2003) alega que o processo de internacionalização se assemelha a uma jornada cuidadosa diante de um terreno desconhecido.

(...) o padrão gradual de internacionalização decorre das maiores incertezas, dos custos de informação mais elevados e da falta de conhecimento empírico em atividades de marketing no exterior, especialmente para empresas médias e pequenas (Cavusgil, 1980 *apud* Hilal; Hemais, 2003, p. 374).

A estratégia de internacionalização está diretamente vinculada à escolha do melhor método de entrada nos mercados externos. Essa decisão requer a consideração de diversos aspectos relevantes do mercado-alvo, como potencial, tamanho, atratividade, crescimento, concorrência, distância e acessibilidade, entre outros (Whitelock, 2002). Keegan e Green (1999)

identificam os principais mecanismos de entrada em novos mercados como: (i) proximidade cultural; (ii) proximidade geográfica; e (iii) oportunidade de mercado.

A literatura sobre internacionalização de empresas (Sarathy; Terpstra, 1991; Brito; Lorga, 1999; Barney, 2011) apresenta diversas tipologias de modos de entrada no mercado estrangeiro, tais como:

- Exportação direta: produção e venda direta no mercado externo;
- Exportação indireta: aquisição de produtos para comercialização no exterior;
- Acordo de licença: disponibilização de ativos para outras empresas mediante pagamento;
- Franquia: concessão a outra empresa do direito de produzir e/ou vender produtos;
- Subsidiária: empresa controlada por outra, responsável pela produção e venda de produtos internacionalmente;
- Centro de distribuição próprio: transferência de produtos de um fabricante local para o cliente em outro país;
- Alianças estratégicas: cooperação entre duas ou mais organizações independentes no desenvolvimento, manufatura e/ou venda de produtos ou serviços, como *joint ventures*, por exemplo);
- *Greenfield*: construção de uma empresa no exterior a partir do zero.

Pereira e Gomes (2017) acrescentam que, para as empresas que buscam operar em países diferentes de sua origem, as estratégias de internacionalização devem ser consideradas durante a formulação e implementação do planejamento estratégico. Segundo Oliveira (2018), esse planejamento refere-se à definição de objetivos e à seleção de estratégias para sua consolidação, levando em consideração as condições internas e externas à empresa, bem como sua esperada evolução.

Quanto à categorização das empresas internacionalizadas, comumente encontram-se na literatura os seguintes tipos (Canals, 1994; Dymont, 1987):

a) Empresa exportadora – tipicamente presente nas fases iniciais do processo de internacionalização, focaliza suas atividades predominantemente no país de origem;

b) Empresa multinacional – replica, em cada uma de suas filiais no exterior, as operações da matriz, de maneira bastante semelhante;

c) Empresa global – concentra suas atividades críticas em um ou poucos países, visando comercializar seus produtos em escala global, almejando vantagens competitivas em termos de custos e receitas;

d) Empresa transnacional – busca eficiência como meio de atingir competitividade em escala global.

Os mercados internacionais oferecem diversas oportunidades para empresas do mundo todo, sendo um enorme campo de atuação para a maior parte dos gestores. Caso a empresa consiga conquistar e fidelizar seus clientes, suas chances de conquistar vantagem competitiva no mercado em que atuam crescem de forma considerável.

O termo internacionalização pode ser entendido como um processo de envolvimento crescente das atividades organizacionais de forma internacional, expandindo suas atividades para além de uma nação (Mèrcher, 2021). A quantidade de atividades transfronteiriças de uma empresa pode, portanto, ser expressa por seu grau de internacionalização (Hadrys-Novak, 2018).

Existe na literatura do tema uma definição acerca dos níveis de internacionalização, que se referem ao grau de presença e participação de uma empresa em mercados internacionais. Existem diferentes estágios que uma empresa pode percorrer ao se expandir globalmente, cada um caracterizado por um aumento na complexidade e comprometimento. Os níveis comuns de internacionalização incluem (IBGC, 2023):

- **Nível 1 - entrada inicial no mercado externo:** o estágio inicial de internacionalização, marcado pela exportação, é caracterizado pelo menor grau de comprometimento, uma vez que não requer uma presença física constante nos países de destino. As transações frequentemente são intermediadas por representantes ou agentes locais. Para evoluir de uma empresa exportadora para uma global, são necessárias transformações substanciais nos modelos de negócio. As principais motivações nesse estágio incluem oportunidades para aumentar a receita, diluir custos fixos, e melhorar a rentabilidade. Além disso, a diversificação de riscos e a capacidade de atender à demanda internacional são fatores impulsionadores desse movimento estratégico.

- **Nível 2 - expansão no mercado externo:** Investimento Estrangeiro Direto (IED): empresas neste estágio não se limitam à exportação; elas estabelecem presença física no exterior, implementando desde escritórios comerciais até unidades de armazenamento ou produção, e podem contar com diversas estruturas de suporte local. Recomenda-se a consideração de parcerias ou acordos com empresas locais e/ou outras organizações internacionais que possuam um histórico bem-sucedido de operação no país-alvo. Ao realizar atividades produtivas no exterior, a empresa colhe benefícios significativos, como o potencial para um crescimento robusto e expansão em novos mercados, a redução de intermediários com uma aproximação mais direta ao cliente final e o aumento da rentabilidade.
- **Nível 3 – globalização:** a transição para o status global ocorre quando o grau de internacionalização de uma empresa abrange uma ampla diversidade de mercados, estabelecendo raízes em múltiplos países. Nesse estágio, a empresa começa a colher os benefícios das sinergias provenientes de operações em escala global, otimizando a utilização de seus recursos e buscando a maximização do lucro e do crescimento. As características distintivas de uma empresa global incluem, entre outras: transferências e comercialização de produtos e marcas entre diferentes nações, o reforço do atendimento a uma clientela global e a participação em competições em escala mundial.
- **Nível 4 - internacionalização motivada pela inovação:** este quarto estágio surge em um cenário em que a inovação e a tecnologia digital se tornam elementos centrais na competitividade dos negócios no século 21. O desenvolvimento da economia do conhecimento, combinado ao aumento significativo na competição, impulsionou a necessidade de aprimorar a busca por inovações e diversificar as estratégias para obtê-las, muitas vezes vinculadas aos processos de internacionalização. Essas iniciativas são categorizadas de três maneiras: a busca de conhecimento em escala global, a adoção de inovação externa e a utilização da abordagem de inovação aberta.

O principal motivo, que corrobora com a tomada de decisão de uma empresa em iniciar o processo de internacionalização, é o seu viés econômico. Isso ocorre devido à possibilidade

de redução de custos, à elevação dos lucros da empresa e pela conquista de diferentes mercados (Costa; Santos, 2011). Porém, segundo os mesmos autores, a internacionalização pode ser analisada em várias ópticas diferentes: em uma perspectiva macro, constituída pelo comércio internacional e estratégias econômicas dos países; pela visão meso, baseada na inovação e economia da indústria local; e, por fim, questões microeconômicas, relacionadas ao ambiente interno da firma.

Conforme os autores Maciariello e Kirby (1994), a estratégia adotada por uma empresa durante sua atuação internacional é de suma importância, pois é ela que possibilita a determinação dos fatores-chave de sucesso relevantes.

Algumas organizações podem já nascer globais, as chamadas *Born Globals*, sendo criadas para atuação diretamente no mercado internacional. A definição de "*Born Globals*" (BGs) evoluiu para abranger empresas iniciantes que, desde ou logo após sua fundação, buscam uma parcela significativa de sua receita por meio da venda de produtos em mercados internacionais. Essas empresas são geralmente caracterizadas como pequenas empresas de tecnologia que iniciam suas operações em mercados internacionais desde os primeiros estágios de sua existência, ou como empresas que rapidamente se internacionalizam em estágios iniciais (Madsen; Servais, 1997).

Na literatura existem dois entendimentos acerca do conceito de internacionalização. Uma dessas vertentes é a discutida por Dunning (1996) e Vernon (1966), possuindo um entendimento mais econômico, avaliando os custos de internacionalização e suas vantagens econômicas. A teoria econômica de Dunning (1988), afirma ainda que a localização, a propriedade e a internalização devem ser levadas em consideração.

Entre as principais teorias estão a Teoria do Poder de Mercado (Hymer, 1970), Ciclo de vida do produto (Vernon, 1966), Teoria da Internalização (Buckley; Casson, 2002) e Paradigma eclético (Dunning, 1977; 1988).

Têm-se ainda o entendimento defendido por Johanson e Vahlne (1990), baseadas em abordagens comportamentais e com maior foco na busca pelas melhores oportunidades de posicionamento no mercado externo por conta da expansão da demanda. Na abordagem comportamental de Johanson e Vahlne (2003), a ideia é que a internacionalização deve ser baseada em observações empíricas. Esse modelo defende que as organizações não devem realizar grandes investimentos de uma só vez, mas sim, aos poucos.

Estão entre as principais teorias o Modelo *Uppsala* (Johanson; Vahlne, 1977), Empreendedorismo internacional (Mcdougall, 1989) e *Networks* (Johanson; Mattsson, 1988).

De acordo com os estudos de Ribeiro (2016), existem ainda as teorias mais recentes, que surgiram por conta do advento do processo de internacionalização de empresas oriundas de países emergentes e que possuem o foco de explicar esse processo. São elas o Paradigma *Linkage, Leverage, Learning* (LLL) (Mathews, 1996), *Investment Development Path* (IDP) (Dunning; Narula, 1996), Teoria das vantagens competitivas (Ramamurti; Singh, 2009) e a Teoria *Born Global* (Rennie, 1993).

Quadro 2: Principais teorias de internacionalização

ABORDAGENS ECONÔMICAS	Teoria do Poder de Mercado (Hymer, 1960; 1976)
	Teoria do Ciclo de Vida do Produto (Vernon, 1966; 1974)
	Teoria da Internalização (Buckley; Casson, 1976)
	Paradigma Eclético (Dunning, 1977; 1988)
ABORDAGENS COMPORTAMENTAIS	Modelo <i>Uppsala</i> (Johanson; Vahlne, 1977)
	Empreendedorismo internacional (Mcdougall, 1989)
	<i>Networks</i> (Johanson; Mattson, 1988)
ABORDAGENS RECENTES	Paradigma <i>Linkage, Leverage, Learning</i> (LLL) (Mathews, 1996)
	<i>Investment Development Path</i> (IDP) (Dunning; Narula, 1996)
	Teoria das vantagens competitivas (Ramamurti; Singh, 2009)
	Teoria <i>Born Global</i> (Rennie, 1993).

Fonte: Elaborado pela autora com base em Dib; Rocha (2008, p.40).

Existem diversas teorias que buscam explicar e compreender o processo de internacionalização das empresas e as citadas anteriormente serão explicadas nos subcapítulos a seguir, separadas de acordo com as suas vertentes de estudo e entendimento, bem como em ordem cronológica de surgimento científico.

2.2.1 Teorias de internacionalização com base no enfoque econômico

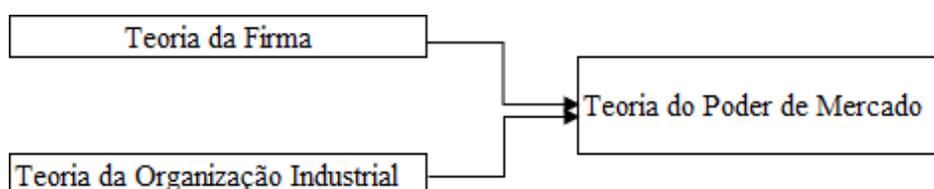
As teorias de internacionalização são fundamentais para orientar e compreender o processo pelo qual as empresas expandem suas operações globalmente. Elas oferecem *insights* valiosos sobre os fatores que influenciam as decisões de internacionalização, antecipam desafios e oportunidades, e contribuem para a formulação de estratégias eficazes em um contexto global. Essas teorias não apenas guiam práticas empresariais, mas também enriquecem o conhecimento acadêmico, facilitando a cooperação internacional e proporcionando às organizações as ferramentas necessárias para adaptarem-se com sucesso ao ambiente globalizado.

A seguir serão explicadas as teorias de internacionalização que possuem o enfoque econômico, sendo elas a Teoria do Poder de Mercado, a Teoria de Ciclo de Vida do Produto, a Teoria da Internalização e a Teoria do Paradigma Eclético.

2.2.1.1 Teoria do Poder de Mercado

A Teoria do Poder de Mercado é inspirada da Teoria da Firma e na Teoria da Organização Industrial, conforme pode ser observado na figura a seguir.

Figura 4: Fundamentos da Teoria do Poder de Mercado



Fonte: Hemais; Hilal, 2004.

A base dos estudos foi lançada por Hymer (1960) e estão registradas em seu livro de 1976 (1976; Hemais; Hilal, 2004), definindo que a firma corresponde ao agente para o poder de mercado e de conluio.

O autor Hymer apresenta três principais razões para que uma empresa controle outras organizações em países estrangeiros, que são: (1) a remoção da competição por meio de conluios ou fusões; (2) uso de uma vantagem única da empresa; (3) imperfeições do mercado (Hymer, 1970, 1976; Hemais, Hilal, 2004).

Diante das imperfeições no mercado, é mais vantajoso coordenar as atividades de produção dentro da firma, ao invés de mediá-las nos mercados. Diante desse contexto, as firmas podem internalizar o mercado por meio de investimentos diretos ou ainda, externalizar os mercados via licenciamento (Madeira, 2009). Destaca-se que as teorias sobre internalização e o poder de mercado não são excludentes, mas sim, complementares, buscando entender o crescimento de multinacionais (Buckley, 1990; Hemais, Helal, 2004).

Os estudos sobre a Economia dos Custos de Transação foram iniciados e desenvolvidos por Ronald Coase (1937), por meio da publicação do livro “*The Nature of the Firm*”. No entanto sua teoria só ganhou maior visibilidade com os estudos de Oliver Williamson (1985; 2012), a partir dos anos de 1970 (Thielmann, 2013).

Neste ínterim, aborda a transação como a unidade básica de análise, em que “uma transação ocorre quando um bem ou serviço é transferido ao longo de uma interface tecnologicamente separável. Um estágio de atividade termina e outro começa” (Williamson, 2012, s.p.). Fiani (2011) complementa dizendo que os custos de transação condizem às maneiras possíveis de se organizar a atividade produtiva das empresas.

Os estudos dos custos de transação estão fixados nos estudos da Nova Economia Institucional, que é fundamentada em dois pilares: a racionalidade limitada, onde todos os contratos são incompletos e o oportunismo, em que a ação do indivíduo é voltada para o interesse próprio (Coase, 1937). É importante entender que uma empresa que decide se instalar em um mercado, incorrerá em custos, os chamados custos de transação, de acordo com a Teoria dos Custos de Transação (Borini et al., 2004).

O principal autor da Teoria da Organização Industrial (OI) é Bain (1959), que estudou os padrões existentes nas estruturas de mercado, bem como as formas de conduta entre vendedores e compradores e ainda, o desempenho do mercado na economia dos Estados Unidos.

A este modelo dá-se o nome de Estrutura, Conduta e Desempenho (*Structure, Conduct, Performance*) ou ECD. Bain (1959) demonstra que existe uma relação entre a estrutura, a conduta e o desempenho de uma empresa e que essa relação é capaz de explicar o desempenho do mercado e até mesmo, indicar o que pode vir a acontecer.

2.2.1.2 *Ciclo de Vida do Produto*

A Teoria do Ciclo do Produto é baseada nos estudos do autor Hirsch (1965), que apresenta as características do ciclo dos produtos e ainda de Vernon (1966; 1979; 1981), que estuda o comércio internacional e os investimentos, conforme pode ser observado na figura a seguir.

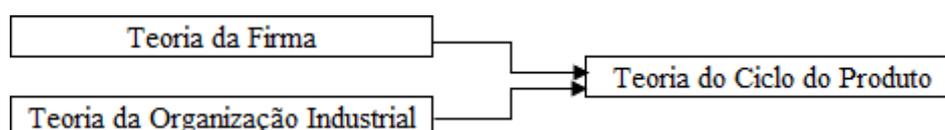


Figura 5: Fundamentos da Teoria do Ciclo de Vida do Produto
Fonte: Hemais; Hilal, 2004.

Essa Teoria relaciona a internacionalização ao ciclo de vida do produto, destacando que as empresas tendem a internacionalizar suas operações à medida que os produtos amadurecem. De acordo com os estudos de Hirsch (1965), os produtos passam por fases em seu ciclo de vida, que vão desde a invenção até a maturidade, possuindo taxas de crescimento da demanda que variam. O autor entende que no início o crescimento é lento, acelerando-se com o tempo e caindo novamente quando chega a maturidade.

Na fase de Introdução, a empresa comercializa apenas no mercado doméstico e possui monopólio temporário do produto no mercado. Posteriormente, com crescimento do produto relacionado a vendas, a empresa aumenta seu processo produtivo e sua receita e, conseqüentemente, começa a busca por mercados externos. E por fim, a partir do momento que o processo de desenvolvimento, vendas e inovação do produto se qualifica, inicia-se o processo de maturação, no qual seria a empresa já inserida no mercado externo.

Nesse processo, a empresa perde o seu monopólio, visto que há o aumento do número de empresas concorrentes e altamente especializadas, e, na maioria dos casos, ao iniciarem o seu processo de internacionalização, possuem uma margem pequena de lucro (Vernon, 1966). Há também a etapa de declínio, no qual o produto poderá sumir do mercado ou simplesmente ser substituído por outros com melhores atributos (Cignacco, 2009).

Destaca-se que as fases são acompanhadas por mudanças na mão de obra, no capital e até nas habilidades gerenciais, fazendo com que a empresa sofra implicações na

competitividade internacional. Dessa forma, pode-se dizer que, segundo a Teoria do Ciclo do Produto, a competitividade internacional não é constante ao longo do tempo (Hirsch, 1965).

Vernon (1966; 1979) complementa os estudos, apresentando a ideia de como os investimentos diretos acontecem em países estrangeiros e ainda, como é modificado o padrão de exportação, importação e produção no exterior, de acordo com a fase do ciclo de vida do produto.

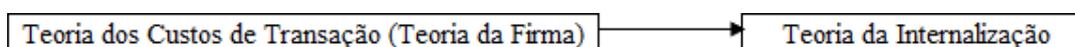
De acordo com Vernon (1966; 1979), as inovações ocorrem por resultados de demandas do mercado doméstico. Segundo ele, os produtos e a tecnologia passam por três fases durante seu ciclo de vida: introdução, crescimento e maturação e cada fase precisa de uma estratégia diferente a ser executada pela firma.

2.2.1.3 Teoria da Internalização

A Teoria da Internalização (*The Internalisation Approach*) visa explicar o crescimento da firma, tendo como base a Teoria da Firma de Coase, explicada anteriormente. De acordo com a Teoria da Internalização, a oferta de custos mais baixos é considerada um critério de escolha dos locais, levando à internalização até o momento em que os custos da troca serão igualados (Buckley, 1990; Buckley, Casson, 2002).

Destaca-se ainda que, conforme Hemais e Hilal (2004), existe uma tendência de internalização quando o volume de trocas entre as firmas é mais intenso. A figura a seguir apresenta os fundamentos da Teoria da Internalização.

Figura 6: Fundamentos da Teoria da Internalização



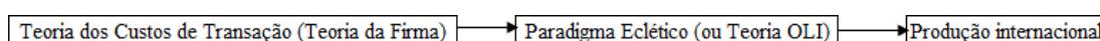
Fonte: Hemais; Hilal, 2004.

Conforme os entendimentos de Coase (1937), os custos de transação são definidores dos contornos da firma, sendo possível dizer que a produção ocorre por coordenação, por trocas de mercado ou ainda, dentro da firma. “Quanto mais transações baseadas em conhecimento, maior a propensão para a internalização; logo, maior a probabilidade de a empresa adotar formas de atuação mais complexas no exterior, distanciando-se da simples exportação” (Madeira, 2009, p.49).

2.2.1.4 Paradigma eclético

O Paradigma Eclético é entendido por Dunning (1988) como um arcabouço com o objetivo de analisar a produção internacional e não uma teoria. Ela pode ser encontrada na literatura com a nomenclatura de Ecetismo de Dunning ou ainda Paradigma OLI. Baseia-se nos três elementos-chave: vantagens específicas da empresa (*Ownership*), localização (*Location*), e internalização (*Internalization*), explicando por que as empresas escolhem se internacionalizar. Seu esquema pode ser observado na figura subsequente.

Figura 7: Fundamentos do Arcabouço do Paradigma Eclético



Fonte: Hemais; Hilal, 2004.

De acordo com os autores Hemais e Hilal (2004), a intenção é esboçar uma explicação mais ampla para a teoria de produção internacional da firma, baseado em variados ramos da teoria econômica. “O Paradigma Eclético (ou Teoria OLI) determina que a firma, ao decidir iniciar uma produção internacional, precisa ter alguma vantagem sobre seus concorrentes. Quando isso acontece, a firma internaliza a produção” (Madeira, 2009, p.50).

O Paradigma Eclético é composto por três pilares (Dunning, 1988; Borini *et al.*, 2006; Hemais, Hilal, 2004):

- (1) O primeiro pilar corresponde à vantagem específica de propriedade (O – *ownership-specific advantage*), que inclui aspectos relacionados aos ativos tangíveis e intangíveis, tais como marcas e qualificação da mão-de obra;
- (2) O segundo pilar é a vantagem específica de localização (L - *location-specific variables*). Essas vantagens são aquelas oferecidas pelos países, tais como mão de obra, recursos naturais e tamanho do mercado;
- (3) O terceiro e último pilar corresponde à vantagem de internalização (I – *internalization*), que se refere ao desejo e capacidade das multinacionais de transferirem ativos por meio das fronteiras nacionais, ao invés de escolher o mercado internacional.

2.2.2 Teorias de internacionalização com base no enfoque comportamental

A evolução dos estudos sobre internacionalização e suas teorias reflete um campo dinâmico e em constante desenvolvimento. Diante desse fato, as teorias de internacionalização podem ser estudadas também com base no enfoque comportamental, abarcando o Modelo de *Uppsala*, a Teoria do Empreendedorismo Internacional, a Teoria das Redes de Contato (ou *Networks*), que serão estudados a seguir.

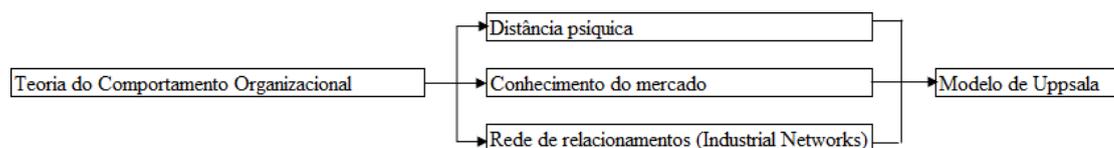
2.2.2.1 Modelo de *Uppsala*

Dentre as teorias da escola comportamental, que auxiliam o gestor nos processos de tomada de decisão quanto à internacionalização, está a teoria da *Uppsala*, que possui foco no processo gradual de aquisição, bem como na integração e no uso dos conhecimentos adquiridos sobre os mercados (Costa; Santos, 2011).

Inicialmente, a abordagem clássica de *Uppsala* propôs uma perspectiva gradual e incremental da internacionalização, destacando a importância da aprendizagem e da proximidade geográfica. Na década de 70, os pesquisadores da Universidade de *Uppsala* (Johanson, Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson, Vahlne, 1977; Schweizer, Vahlne, Johanson, 2010), tiveram interesse no processo de internacionalização de empresas manufatureiras suecas e criaram um modelo com base em como essas firmas faziam suas escolhas sobre mercados e formas de entrada ao se decidirem internacionalizar.

A sua ideia principal se baseia nos primeiros passos da internacionalização, que devem ser em países que possuem mentalidade, cultura, idiomas e políticas de negócios relativamente próximos ao do ambiente doméstico no qual a empresa está inserida. “A Escola de *Uppsala* definiu a internacionalização como uma manifestação das dinâmicas de mercado e do comportamento dos gestores” (Mèrcher, 2021, p.24).

Na figura a seguir é possível observar as principais contribuições do Modelo de *Uppsala*.

Figura 8: Fundamentos do Modelo de *Uppsala*

Fonte: Hemais; Hilal, 2004.

Segundo Johanson e Vahlne (1977; 1990), quanto maior o conhecimento que a empresa detiver sobre diferentes potenciais mercados, mais comprometida e assertiva essa empresa será com a sua implantação em outro país. Isso acontece pois, segundo Costa e Santos (2011, p.95):

No país maior, a firma que busca se internacionalizar é obrigada a lidar com diferentes culturas e situações dentro do próprio país, proporcionando a ela uma boa experiência para quando alçar voos internacionais. No país menor, a empresa que nacionaliza a suas atividades tem de lidar com um mercado relativamente homogêneo e, ao longo prazo, pode refletir em uma falta de experiência para lidar com as situações inerentes à internacionalização, como ter trato com culturas diferentes” (Costa; Santos, 2011, p.95).

2.2.2.2 Empreendedorismo internacional

A atividade do empreendedor é de fundamental importância para o desenvolvimento dos mercados. Dessa forma, segundo Oliveira (2011, p.2), “[...] o empreendedorismo se refere à ação de empreender, enquanto o empreendedor é o indivíduo que executa tal ação”.

Diante desse contexto, é possível afirmar que o empreendedorismo tradicional e o empreendedorismo internacional são semelhantes, visto que sua existência depende de ações empreendedoras (Leite; Moraes, 2014). Os entendimentos e ações que o empreendedor irá tomar dentro da organização inserida no mercado internacional irão fazer do empreendedorismo internacional uma área diferente (Mcdougall, 1989).

Segundo alguns autores da área, as seguintes variáveis promovem as ações de Empreendedorismo Internacional (Oviatt; Mcdougall, 1994; Zahra; George, 2002):

- Exploração de oportunidades internacionais;
- Inovação;
- Atitude face ao risco;
- Desenvolvimento de recursos competitivos;

- Vantagem competitiva.

A Teoria do Empreendedorismo Internacional (EI), do autor McDougall (1989) é “resultante do processo de exploração de oportunidades internacionais, da inovação, da atitude face ao risco e do desenvolvimento de recursos competitivos por parte do empreendedor para obter vantagem competitiva”.

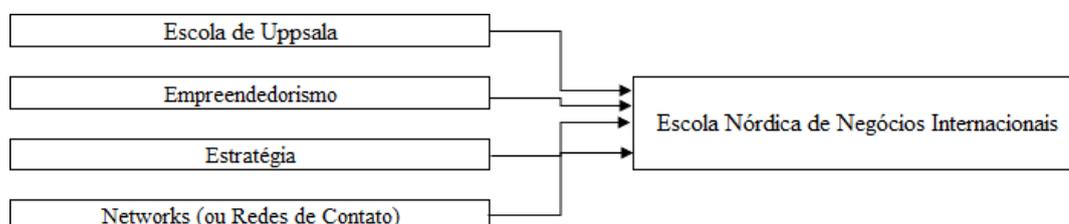
2.2.2.3 *Networks ou Rede de Contatos*

A teoria de Rede de Contatos (*Networks*) possui semelhanças com a Teoria de *Uppsala*, sendo considerada um complemento dela. Os autores Hemais e Hilal (2004), consideram a abordagem da rede de contatos (*Networks*) uma evolução da Escola Nórdica, que corresponde à Escola de *Uppsala* atualmente.

No entanto, o que as difere é que na Teoria de Rede de Contatos todas as decisões acerca da internacionalização da empresa são determinadas diretamente ou indiretamente pela relação entre todos os agentes interessados da empresa, ou seja, as redes de relacionamentos estabelecidas entre os elos da cadeia (Costa; Santos, 2011). Essa Teoria aborda a internacionalização como um processo que envolve redes inter organizacionais e interconexões. É relevante reforçar ainda que ela destaca a importância das relações e parcerias na expansão global.

De acordo com Ford (2002), a abordagem das redes foi desenvolvida com o foco na promoção de ideias para o processo de internacionalização, conforme é possível observar na figura a seguir.

Figura 9: Fundamentos da Escola Nórdica de Negócios Internacionais



Fonte: Hemais; Hilal, 2004.

“A entrada em um mercado envolve um complexo conjunto de relacionamentos, de modo que, em alguns mercados, as empresas se comportam como concorrentes e, em outros, cooperam umas com as outras, além de serem clientes e fornecedores entre si” (Madeira, 2009, p.58).

Dessa forma, para Johanson e Vahlne (1990) os graus de rede de contatos de uma empresa que deseja iniciar seu processo de internacionalização são tão importantes quanto o seu grau de aprendizagem e comprometimento de recursos à sua fixação em determinados mercados externos.

2.2.3 Teorias de internacionalização recentes

O estudo acerca das teorias de internacionalização vem angariando cada vez mais estudiosos, fazendo com que surjam novas teorias, mais recentes, sobre o tema. Dentre elas é possível citar a teoria do Paradigma *Linkage, Leverage, Learning* (LLL), A teoria de *Investment Development Path* (IDP) a teoria as vantagens competitivas e a teoria das *Born Globals*, tema central desta Tese de Doutorado. Todas essas teorias serão explicadas a seguir, sendo que a última (teoria das BGs), por ser o cerne deste trabalho, será apresentada e desenvolvida de forma aprofundada no próximo subcapítulo.

2.2.3.1 Paradigma *Linkage, Leverage, Learning* (LLL)

É de suma importância destacar que, em vista da grande dinamicidade dos mercados externos nos tempos atuais, há teorias que tentam explicar o atual cenário do comércio internacional e como uma empresa deve se portar ao decidir internacionalizar os seus produtos.

Nesse âmbito, o Paradigma LLL de John Mathews (2006) diz que devido à entrada tardia de empresas de países emergentes no mercado internacional, essas possuem uma pequena margem de vantagem competitiva em detrimento das demais já estabelecidas no mercado externo. Em razão a isso, essas novas multinacionais necessitam buscar intensivamente o desenvolvimento das suas vantagens ou procurar ativos no exterior.

Vale salientar, que diferentemente das teorias citadas anteriormente, as empresas contemporâneas adotam uma internacionalização acelerada, ou seja, procuram o seu posicionamento em uma perspectiva global rapidamente, não mais incrementado o processo de forma gradual e, muitas vezes, planejado.

Dito isso, para Mathews (2006), a internacionalização dessas novas multinacionais deve ser pautada em três pilares, sendo eles:

1) *Linkage* (Ligação): focalização não apenas nas próprias vantagens competitivas já existentes no mercado interno, mas, sim, nas vantagens que a empresa poderá vir a ter com a internacionalização da organização. Entretanto, para pequenas e médias empresas essa tarefa pode ser extremamente crítica, e as podem levar a falência, devido ao pouco conhecimento do mercado externo e planejamento estratégico coerente. Dito isso muitas dessas organizações adotam a perspectiva colaborativa entre outras empresas através de aquisição de recursos externos, *know how* e acordos comerciais, principalmente realizados por *join ventures*, pois, devido a isso, as empresas adquirem conhecimento dos processos adequados para se posicionarem no mercado externo;

2) *Leverage* (Alavancagem): muitas organizações iniciam seu processo de internacionalização como provedoras de empresas globais já fixadas no mercado, ou seja, essas organizações são fornecedoras de terceiras, que fazem o processo de exportação desses produtos. Dessa forma, o foco da discussão é como essas empresas fornecedoras se interligam com empresas globais mais maduras e, principalmente, como enfrentam esses obstáculos de entrada;

3) *Learning* (Aprendizagem): o último processo do paradigma é a interligação dos dois tópicos anteriores (Ligação e Alavancagem), quanto mais conhecimento a empresa detiver sobre as etapas de internacionalização e do mercado que se deseja entrar, mais eficiente e produtiva ela será (Mathews, 2006).

Uma vez decidida internacionalizar a empresa, se faz necessário determinar o método e grau da internacionalização dela. Para Dunning (1988), ao estudar um mercado específico é importante que seja feita a análise acerca das dimensões do mercado, os riscos políticos existentes e perspectivas de crescimento.

Para o mesmo autor, se um país é economicamente e politicamente instável não há justificativa para que a empresa crie uma filial ou se instale neste país, sendo a melhor opção, portanto, investimentos em exportação ou licenciamento do produto. É importante salientar que as características do produto, a natureza da demanda e as barreiras tarifárias podem e devem influenciar na hora da tomada da decisão.

2.2.3.2 *Investment Development Path (IDP)*

A Teoria do nível de *Investment Development Path* (IDP) ou Ciclo de Desenvolvimento do Investimento) foi estudada pelos autores Dunning e Narula (1996), em que eles tentaram adaptar aos anos 90, “os países evoluem segundo um determinado percurso de investimento dentro e fora das fronteiras, medido em termos de *stock* no interior e exterior, compreendendo cinco fases” (Silva, 2005, p.102).

“O *Investment Development Path* (IDP) consiste em um modelo que associa o investimento direto estrangeiro (IDE) dos países ao seu nível de desenvolvimento em comparação ao resto do mundo” (Moura; Marinho, 2017, p.8).

Essa teoria criada por Dunning e Narula (1996) propõe que um país pode ser classificado em cinco estágios, a saber:

1. Países menos desenvolvidos com pequeno volume de IDE (Investimento Direto Estrangeiro);
2. Pequeno aumento no nível de desenvolvimento em relação ao estágio anterior;
3. Redução gradual do IDE recebido pelo país e pelo aumento do IDE emitido, mas ainda receptores;
4. IDE emitido pelo país continua a crescer a taxas superiores que o IDE recebido;
5. Grandes volumes de IDE enviados e recebidos.

Os países podem ser classificados nos estágios apresentados anteriormente de acordo com o nível de desenvolvimento econômico, que será capaz de fazer com que determinado país possua maior propensão a ser emissor ou receptor de investimento estrangeiro (Moura; Marinho, 2017).

2.2.3.3 *Teoria das vantagens competitivas*

Dentro dos estudos acerca da internacionalização é possível encontrar a Teoria das Vantagens Competitivas, que, segundo Fleury e Fleury (2003), é considerada uma abordagem clássica para entender a competitividade das organizações. Seus estudos se baseiam no

entendimento acerca do posicionamento estratégico, utilizando-se as “cinco forças” propostas por Michael Porter em 1980.

As Cinco Forças Competitivas foram criadas em meados da década de 70, pelo professor de Harvard, Michael Porter. Essa teoria consiste na análise setorial e na dinamicidade do setor, considerando cinco fatores de extrema importância à geração de vantagem competitiva de uma empresa, sendo elas: a concorrência direta, a ameaça de produtos substitutos, a ameaça de novos entrantes no mercado, o poder de barganha do cliente e o poder de negociação do fornecedor. Vale ressaltar que estas forças nunca serão as mesmas entre setores diferentes, portanto, a análise deve ser feita de acordo com cada setor específico no qual a empresa está inserida (Porter, 2018).

A intenção desta teoria é colocar uma lupa nos mercados e em sua competição, tentando facilitar o entendimento acerca do posicionamento de cada empresa, dentro do mercado em que atua.

2.2.3.4 Teoria Born Global

Contrapondo a ideia de uma internacionalização gradual, essa teoria sugere que algumas empresas nascem globais desde sua fundação, buscando mercados internacionais desde o início. Enquanto o modelo de *Uppsala* entendia a existência de um envolvimento incremental com os mercados externos, existem empresas que desde sua criação, são voltadas para o ambiente internacional, surgindo a chamada teoria *Born Global*, ou Novos Empreendimentos Internacionais, *Global Startups*, Exportadores Inatos, Firms de Internacionalização Precoce (Dib; Rocha, 2008).

Com base em estudos conduzidos ao longo de mais de uma década (Knight; Kim, 2009; Knight; Cavusgil, 2004; Rialp et al., 2005; Bell; McNaughton, 2000; Oviatt; McDougall, 1994, conforme Ribeiro, 2012, p. 25), resumidamente, as Empresas *Born Global* – EBGs são aquelas que alcançaram êxito ao iniciar operações no exterior desde sua fundação ou pouco tempo após sua criação. Nesse contexto, a experiência prévia no mercado doméstico não é um fator determinante para realizar negócios internacionalmente. Essas atividades são lideradas por empreendedores que consideram o risco como aliado, não se deixando deter pelo desconhecido e incerto.

No final dos anos 1980, McDougall (1989) iniciou suas investigações sobre internacionalização empresarial, destacando as *International New Ventures* (INVs) ou "novos empreendimentos internacionais" (Oviatt; McDougall, 1994). O foco inicial de McDougall foi nas *Born Global Enterprises* (ENGs) ou "empresas nascidas globalmente", conforme descrito por Rennie (1993).

Em suas descobertas, McDougall (1989) identificou que as ENGs apresentavam estruturas e estratégias significativamente diferentes das empresas domésticas iniciantes. As ENGs destacavam uma abordagem agressiva para ingressar em mercados estrangeiros, com fundadores orientados internacionalmente. Essas empresas, muitas vezes pequenas e jovens, optavam por expandir para o exterior logo após sua criação (McDougall, 1989).

O conceito de INVs, conforme definido por Oviatt e McDougall (1994), representa um tipo crescente e crucial de *startups* que, desde o início, buscam vantagem competitiva significativa por meio do uso de recursos e da venda de produtos em vários países.

Ao contrário da definição de Knight e Cavusgil (2004), que destaca a juventude das *Born Global* (BGs) e a empresa como a unidade de análise, enfatizando a internacionalização precoce, a definição de Oviatt & McDougall (1994) é muito mais abrangente. Ela inclui diversos empreendimentos em diferentes estágios de desenvolvimento. Segundo Knight et al. (2004), *Born Global* é uma empresa que, em média, inicia seu processo de internacionalização dentro de três anos após sua fundação, gerando pelo menos 25% das vendas totais a partir de países estrangeiros. Essa definição também abrange aquelas com vendas de exportação superiores a 25% e cujo estabelecimento ocorreu posteriormente a 1990 (Moen, 2002).

O próximo segmento abordará uma visão abrangente sobre *startups*, explorando mais detalhadamente a teoria *Born Global*.

2.3 EXPLORANDO O ECOSISTEMA *STARTUP*: TENDÊNCIAS E FENÔMENOS GLOBAIS

2.3.1 *Startups*

O conceito de organização é amplamente difundido no ambiente empresarial, e pode ser definido como um "grupo estruturado de pessoas que se unem para alcançar objetivos comuns" (Sobral; Peci, 2012, p. 13). O propósito ou finalidade de uma organização pode ser a produção

de um produto, a defesa de um país, a oferta de entretenimento ou, principalmente, atender às necessidades criadas pelas pessoas que lhe dão uma razão de existir. A finalidade é a base para a construção da missão da organização. Por fim, a estrutura organizacional define e delimita o comportamento e as responsabilidades de cada membro, envolvendo a criação de regras, procedimentos internos, divisão do trabalho, descrição de funções e o estabelecimento de uma hierarquia organizacional (Sobral; Peci, 2012).

Com a evolução das relações humanas e o desenvolvimento industrial, gerir e organizar pessoas e materiais, foi e é fundamental para que as empresas alcancem seus objetivos. De forma mais abrangente, pode-se definir organização como a função da administração que distribui tarefas e recursos pelos membros da empresa, que determina quem tem autoridade sobre quem e quando e onde se devem tomar decisões (Sobral; Peci, 2012).

Em seus estudos, Schwab (2017) apresenta reflexões acerca da 4ª Revolução Industrial, que vem modificando a forma de viver, se relacionar e trabalhar, trazendo profundas alterações nas organizações atuais. A revolução que a sociedade e as empresas passam neste momento por uma convergência das tecnologias dos mundos digital, físico e biológico (Schwab, 2017). Nesse ambiente surgem as *startups*, que são as estruturas organizacionais com uma atuação baseada principalmente em novos processos de comunicação e novos padrões de prestação de serviço (Taurion, 2016).

Segundo a Associação Brasileira de Startups (ABSTARTUPSa, 2023), é caracterizada como uma entidade que se origina a partir de um modelo de negócios eficiente e ágil, com a capacidade de agregar valor aos clientes por meio da resolução de problemas concretos do mundo real. Ela se destaca ao proporcionar uma solução escalável para o mercado, utilizando tecnologia como seu principal recurso.

“As *startups* são empresas que optam por buscar novos modelos de negócios. Elas têm a importância de representar e refletir a velocidade das mudanças, bem como de influenciar na construção de novos conhecimentos e no desenvolvimento econômico” (Sebrae, 2012, p. 5).

Especialmente com relação a organizações tradicionais, as *startups* se caracterizam por uma maior adaptabilidade ao mercado e aos desejos de consumo de seu público-alvo e por sua estrutura flexível. A caracterização deste tipo de organização está necessariamente atrelada aos novos usos de tecnologias de informação (Ismail; Malone; Geest, 2015).

A maior parte das empresas tradicionais usa uma estrutura matricial, cujas gestões de produto, marketing e vendas são orientadas, muitas das vezes, em uma estrutura vertical, “e

funções de apoio como RH, Jurídico, Finanças e TI são geralmente horizontais. [...] o que é ótimo para o controle e o comando [gerencial], mas é terrível para a prestação de contas, agilidade e a tolerância ao risco” (Ismail; Malone; Geest, 2015, p. 40).

A *startup* é definida como um modelo de negócio aplicado às empresas em seu estágio inicial. Ademais, é composta por um grupo de pessoas em busca de um modelo, onde seja possível replicar e escalar o negócio, trabalhando em condições de extrema incerteza (Gitahy, 2016).

“As *startups* se tornam mais valiosas quando aprendem coisas importantes sobre seu impacto futuro. Embora diferentes em cada empresa, essas métricas são específicas e servem como proteções em cada estágio, para reduzir o risco” (Ries, 2019, p.71).

As startups possuem fases de desenvolvimento, que precisam ser entendidas para uma melhor avaliação. O primeiro estágio é o da ideação, que corresponde à identificação do problema. Nesta fase ocorre então a criação da *startup*, com vistas a solucionar tal problema, apresentando uma solução e identificando o mercado de atuação (ABSTARTUPSa, 2023).

A segunda fase é a de validação e nesse estágio, é fundamental testar a aceitação do negócio junto a clientes reais, selecionados para experimentar sua solução. É a partir desses testes que as startups conseguem entender como seu produto performa na prática e se está resolvendo uma dor real do mercado. Esse processo de validação é crucial para a construção do MVP (*Minimum Viable Product*), que é a versão inicial do produto com o mínimo de funcionalidades necessárias para ser testada e validada pelos usuários (ABSTARTUPSa, 2023).

Se a startup já validou o seu produto, é hora de evoluir para o próximo estágio, o de operação. Nessa fase, a empresa ainda pode enfrentar algumas dificuldades, mas já começa a se apresentar para o mercado e buscar investidores. É fundamental buscar soluções que auxiliem no crescimento acelerado da startup e na manutenção da saúde do fluxo de caixa. A empresa precisa trabalhar na construção de uma estratégia clara de negócios, a fim de se posicionar de forma competitiva no mercado e continuar crescendo de forma sustentável. Essa é uma fase importante para consolidar a presença da startup no mercado e garantir sua continuidade (ABSTARTUPSa, 2023).

Em seguida vem o estágio de tração. Esse momento geralmente ocorre após a startup receber investimento anjo, sendo que o desafio agora é usar esse investimento de forma estratégica para impulsionar um crescimento acelerado, por meio de melhorias no modelo de negócio, no produto, no discurso de vendas e no atendimento. É importante que a startup

trabalhe de forma ágil e eficiente para otimizar seus recursos e se diferenciar da concorrência, a fim de alcançar resultados expressivos nessa fase de crescimento acelerado (ABSTARTUPSa, 2023).

E por fim, chega-se ao estágio de escala, que ocorre quando a startup alcança o estágio de crescimento acelerado, sendo então a hora de escalar o negócio. Nessa fase, o crescimento da base de clientes e da receita se tornam exponenciais e a empresa precisa buscar mais networking e recursos para manter seu avanço. É preciso ter uma visão clara do mercado e do potencial de crescimento, além de contar com uma equipe competente e estratégias bem definidas para garantir que a expansão seja sustentável. A escala é um momento crucial para a startup, já que é preciso crescer sem perder a qualidade dos produtos e serviços, mantendo o atendimento e a satisfação dos clientes (ABSTARTUPSa, 2023).

A Associação Brasileira de *Startups* (ABSTARTUPS), possui a missão de impulsionar o desenvolvimento de *startups* em todas as regiões do Brasil, por meio de ações em diversas frentes que atendam aos seus três pilares: informação, promoção e representatividade (ABSTARTUPSb, 2023).

Em 2022, a ABSTARTUPS reunia aproximadamente 14.000 *startups* associadas, das mais variadas áreas de atuação. No ano de 2022 publicou a quinta edição do estudo intitulado “Mapeamento do ecossistema brasileiro de *Startups*”, em que aplicou durante os meses de agosto a outubro de 2022, um formulário online, com informações autodeclaradas das startups participantes.

O questionário buscou identificar itens relacionados ao perfil das startups, perfil das pessoas fundadoras, investimento, diversidade e empregabilidade. Foram obtidas 1.753 respostas, com participantes de 266 cidades brasileiras.

Na figura a seguir é possível observar em quais regiões do Brasil as startups são encontradas.

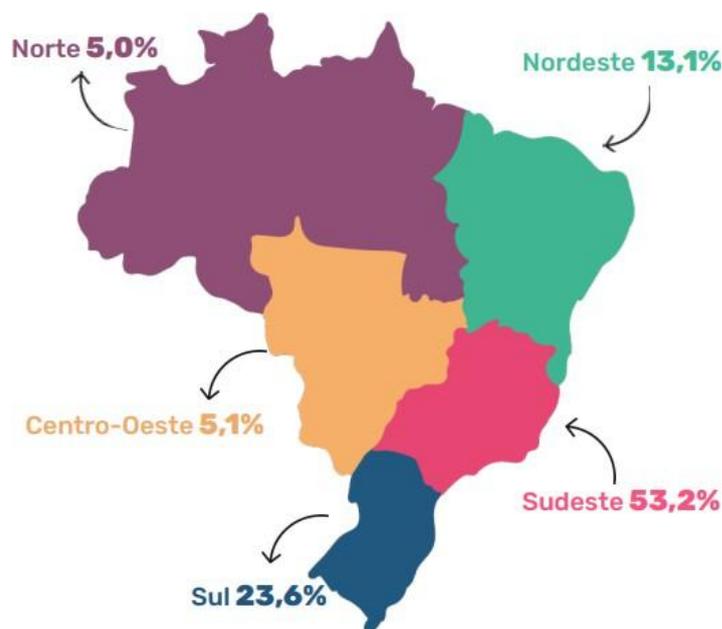
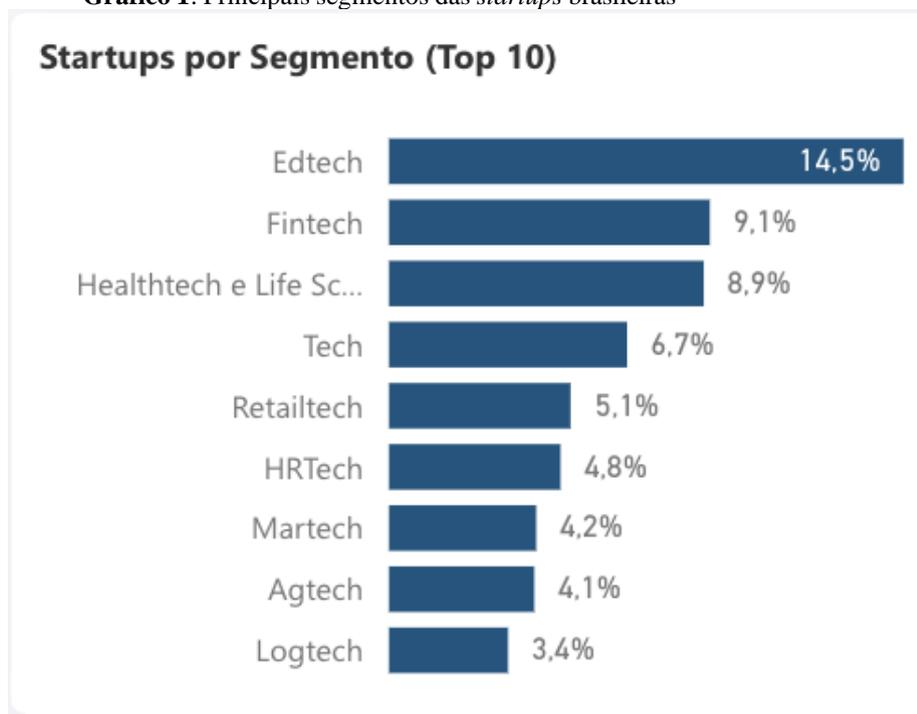


Figura 10: Distribuição regional das *startups*

Fonte: ABSTARTUPSb (2022).

Conforme é possível observar pela figura anterior, a maior parte das *startups* no Brasil está localizada na região Sudeste, sendo a maior parte delas (36,3%) em São Paulo. Segundo dados da pesquisa, o faturamento médio das *startups* foi de R\$ 850.561,89 no último ano (ABSTARTUPSa, 2022).

Com base nos resultados da pesquisa, pode-se observar que 52% das empresas estão atualmente na fase de tração ou escala. Além disso, constatou-se que 45,8% dessas empresas foram fundadas a partir de 2020, período marcado pela pandemia de COVID-19. Dentre as *startups* que participaram da pesquisa, é possível observar que 14,5% pertencem ao setor de educação, as chamadas EdTechs, conforme gráfico a seguir.

Gráfico 1: Principais segmentos das *startups* brasileiras

Fonte: ABSTARTUPSb (2022).

Por meio do gráfico é possível dizer que as startups de finanças, as *Fintechs*, representam cerca de 9,1% e as de *Healthtech e Life Science*, voltadas para saúde e bem-estar, possuem representatividade de 8,9% no ecossistema das *startups*.

Sabe-se que as *startups* são divididas em fases de desenvolvimento, conforme apresentado no subcapítulo anterior. Conforme informações do Sebrae (2013), em sua fase

inicial, o dinheiro para investimento pode vir de diversas fontes, tais como investidores anjo¹, capital semente², *venture capital*³, *crowdfunding*⁴ ou subvenções, editais e bolsas⁵.

Na pesquisa realizada pela Abstartups (2022) foi possível perceber que a maior parte das empresas está em fase de tração, conforme figura a seguir.



Figura 11: Fases de desenvolvimento de uma *startup*

Fonte: ABSTARTUPSb (2022).

O estágio de Tração, também conhecido como *grow stage*, é uma fase de maturidade para as *startups*. Nessa fase, a empresa já está em pleno funcionamento e consegue validar seu plano de negócios com consistência. Além disso, a *startup* já possui uma base de clientes consolidada e consegue atrair investimentos para continuar crescendo. É nessa etapa que os

1 Investidor-anjo: Especializados em apoiar projetos em estágio inicial, os investidores-anjo são indivíduos experientes, bem-sucedidos e confiantes, que possuem uma compreensão profunda das tendências e oportunidades de mercado. Seu envolvimento direto ocorre efetivamente por meio de acordos societários, destacando-se pelo compromisso além do aporte financeiro.

2 Capital semente: No momento inicial em que o investidor-anjo aporta recursos na empresa, a ênfase recai não apenas em fornecer financiamento adequado, mas também em direcionar esforços para uma futura venda, mantendo firmemente o compromisso com o respeito ao meio ambiente e à sociedade.

3 *Venture capital*: modalidade de financiamento empresarial, que envolve a aquisição de participação societária, estabelecendo responsabilidades compartilhadas entre investidores e empreendedores.

4 *Crowdfunding* (investimento coletivo): a finalidade é unir um grupo diversificado de indivíduos capazes de contribuir com pequenas quantias para tornar viável uma ideia, um empreendimento ou um projeto, podendo ou não receber uma contrapartida em troca.

5 Subvenções, ditais e bolsas: Benefícios fiscais, que podem incluir a simplificação ou isenção do pagamento de impostos, concedidos pelo município, ou ainda por meio de editais públicos.

processos começam a ser padronizados para que a empresa possa alcançar a escalabilidade (SEBRAE, 2023).

Dentre os resultados encontrados na pesquisa realizada pela Abstartups, destaca-se que 11,8% das empresas pesquisadas possuem negócios no exterior, sendo que 8,9% receberam investimentos de outro país.

2.3.2 O fenômeno *Born Global*

O termo “*Born Global*” foi introduzido em 1993 durante uma pesquisa realizada pelo Conselho de Manufatura Australiano, conduzida pelos consultores McKinsey e Rennie (McKinsey et al., 1993; Rennie, 1993, citados por Rasmussen; Madsen, 2002). Essa designação teve um impacto significativo e foi amplamente aceita, trazendo o tema à tona para teóricos, pesquisadores, estudantes e outros interessados nas questões relacionadas à rápida internacionalização.

Segundo Rasmussen e Madsen, as implicações associadas à identificação dessa nova categoria de exportadores são claramente articuladas por Cavusgil em seu primeiro artigo acadêmico, que tinha como foco as empresas *Born Global*.

Está emergindo na Austrália uma nova geração de empresas exportadoras, que contribuem substancialmente para o capital de exportação do país. O surgimento de tais exportadores, embora não exclusivo à economia australiana, reflete dois fenômenos fundamentais à década de 1990: 1. Pequeno é lindo, e 2. Internacionalização gradual está morta (Cavusgil, 1994, p.18 apud Rasmussen; Madsen, 2002, p.6 – tradução nossa)

O modelo empresarial *Born Global*, que surgiu na década de 1980, pode ser definido como uma empresa que possui “interesse em ter grande parte de suas receitas resultantes da venda de seus produtos no mercado internacional. Assim, sua característica marcante não é o seu tamanho, mas a velocidade em que esta se torna internacional” (Mariano *et al*, 2016, p.95).

O projeto australiano consistiu em analisar os “novos exportadores” entre empresas de pequeno e médio porte. Ressaltado por Rasmussen e Madsen (2002), a pesquisa trouxe uma nova perspectiva ao fenômeno, concentrando-se não apenas em empresas recém-formadas, mas também aquelas que recentemente iniciaram atividades de exportação. Além disso, o enfoque direcionou-se a empresas cujas atividades exportadoras demonstraram crescimento ao longo de

pelo menos cinco anos, anteriores à realização da pesquisa. Isso permitiu excluir exportadores esporádicos e empresas com alto grau de internacionalização.

Durante o estudo, McKinsey e Rennie identificaram mais de 700 empresas com atividades exportadoras em ascensão, das quais 310 responderam a um questionário e “apenas” 56 foram entrevistadas. Ao concluir o estudo, McKinsey e Co (1993, *apud* por Rasmussen; Madsen, 2002) observaram que esse novo tipo de exportador, mesmo entre empresas antigas, compartilhava uma característica comum. Empresas enquadradas na pesquisa não viam o processo de exportação e o mercado estrangeiro como algo necessariamente negativo; pelo contrário, viam o mundo como um único e vasto mercado. A contribuição mais significativa do estudo foi a clara distinção entre dois tipos de empresas exportadoras.

O primeiro tipo de exportador é representado por empresas com uma base sólida no mercado doméstico, construída ao longo de muitos anos de experiência. Para expandir seus negócios, optam pela exportação motivadas pelo desejo de crescimento, e raramente veem a redução de custos ou a concorrência como razões para exportar.

Em segundo lugar, as empresas restantes (aproximadamente 25% do total selecionado) formaram o segundo grupo, conhecido como “*Born Globals*”. Essas empresas geralmente iniciam suas atividades de exportação antes de completarem dois anos de existência. Identificadas como empresas jovens, elas desempenham um papel significativo, representando cerca de 20% do total das exportações. Nas palavras de Rennie (1993, p. 9, *apud* por Rasmussen; Madsen, 2002, p. 7), “essas empresas veem o mundo como seu mercado desde o início, utilizando o mercado doméstico como suporte para seus negócios internacionais”.

Estudos posteriores realizados por Knight e Cavusgil (1996, 2004, 2005) refinaram a definição de Born Global (BGs) como *startups* que, desde ou próximo de sua fundação, buscam uma parte substancial de sua receita proveniente da venda de produtos em mercados internacionais. Geralmente, essas empresas são consideradas pequenas e orientadas para a tecnologia, operando internacionalmente desde os primeiros dias de sua existência ou expandindo rapidamente para mercados globais (Madsen; Servais, 1997).

Embora ainda não haja uma terminologia universalmente aceita para o fenômeno “*Born Global*”, uma revisão crítica extensa realizada por Rialp e seus colaboradores (2005) ao longo dos últimos dez anos revelou que a maioria dos estudos primários converge para a concepção de que esse fenômeno se manifesta em empresas emergentes e empreendedoras que se envolvem em atividades internacionais desde o início ou em poucos anos após sua fundação.

O quadro a seguir apresenta um resumo dos principais entendimentos trazidos pelos autores Rialp *et al.* (2005).

Quadro 3: Principais definições acerca das *Born Globals*

AUTORES	DEFINIÇÃO
Oviatt e McDougall (1994, p. 49)	“Organizações de negócios que desde concepção ou início de suas atividades buscam negócios no mercado externo, procuram obter vantagem competitiva significativa a partir do uso de seus recursos e da venda de seus produtos em diferentes países”.
Knight e Cavusgil (2004, p. 124)	“Organizações de negócios que desde a formação, buscam performances superiores em negócios internacionais a partir da aplicação de recursos baseados em conhecimento para vender seus produtos em múltiplos países”.
Dib (2008, p. 146)	“Empresas que, num horizonte de tempo de cinco anos desde sua fundação, já realizam negócios em pelo menos um mercado internacional”

Fonte: Elaborado pela autora (2023), com base em Ribeiro (2012, p.26).

Após analisar os conceitos apresentados no quadro anterior, torna-se viável identificar o tipo de empresa mais compatível com o fenômeno. No entanto, há falta de consenso quando se aborda as características necessárias para uma definição precisa. Diante dessa controvérsia, Dib (2008, *apud* por Ribeiro, 2012) observa que o uso impulsivo e quase impensado de termos pelos autores dificulta sobremaneira qualquer tentativa de comparação.

Por outro lado, estudos conduzidos por Rialp e outros (2005, *apud* Ribeiro, 2012) e Dib (2008, *apud* Ribeiro, 2012) permitiram identificar algumas características pertinentes ao processo de internacionalização acelerada. Essas características foram selecionadas com base na recorrência observada nos trabalhos mais renomados sobre o tema. Dentre os diversos critérios identificados durante as pesquisas, foram escolhidos: data de fundação, início das atividades internacionais após a fundação, percentual do faturamento proveniente de operações no exterior e a abrangência de mercados.

Com base nos trabalhos de Dib (2008); Dib e Rocha (2008); Rialp e outros (2005) *apud* Ribeiro (2012, p. 27) é possível apresentar os seguintes critérios para a definição de uma *Born Global*:

- **Data da fundação:** a maior parte da literatura considera de as empresas Born Globals surgiram depois de 1990 (Moen, 2002; Madsen; Servais, 1997; Madsen, Rasmussen, 2002). No entanto, os autores Rasmussen, Madsen e Evangelista (2001), defendem que existem empresas fundadas antes de 1990;
- **Início das atividades internacionais:** levando-se em conta o período após a fundação, os autores definem que varia de 02 até 15 anos.
 - Moen (2002): 2 anos;
 - Cavusgil, Knight (1996); Knight, Madsen, Servais (2004): 3 anos;
 - Zucchella (2002): 5 anos;
 - Zahra, Ireland, Hitt (2000): 6 anos;
 - McDougall, Shane, Oviatt,(1994): 8 anos;
 - Gabrielsson, Sasi, Darling (2004): 15 anos.
- **Percentual de faturamento:**
 - McDougall (1989): 5%;
 - Knight, Cavusgil (2004); Rasmussen, Madsen e Evangelista (2001): 25%;
 - Gabrielsson, Sasi, Darling (2004): superior a 50% em empresas de pequenas economias abertas;
 - Gabrielsson, Sasi, Darling (2004): superior a 75% em empresas com pequenos mercados domésticos.

- **Abrangência de mercados:** a entrada em um ou em poucos mercados internacionais é uma característica destacada por Sharma e Blomstermo (2003), seja na mesma região ou em várias regiões do mundo, conforme apontado por Gabrielsson, Sasi e Darling (2004) e Gabrielsson (2005). McNaughton (2003) também observou, embora com pouca relevância estatística, que a entrada em muitos mercados ocorria em empresas *born global* atuantes em setores de alta tecnologia e em países com mercados domésticos de pequena dimensão.

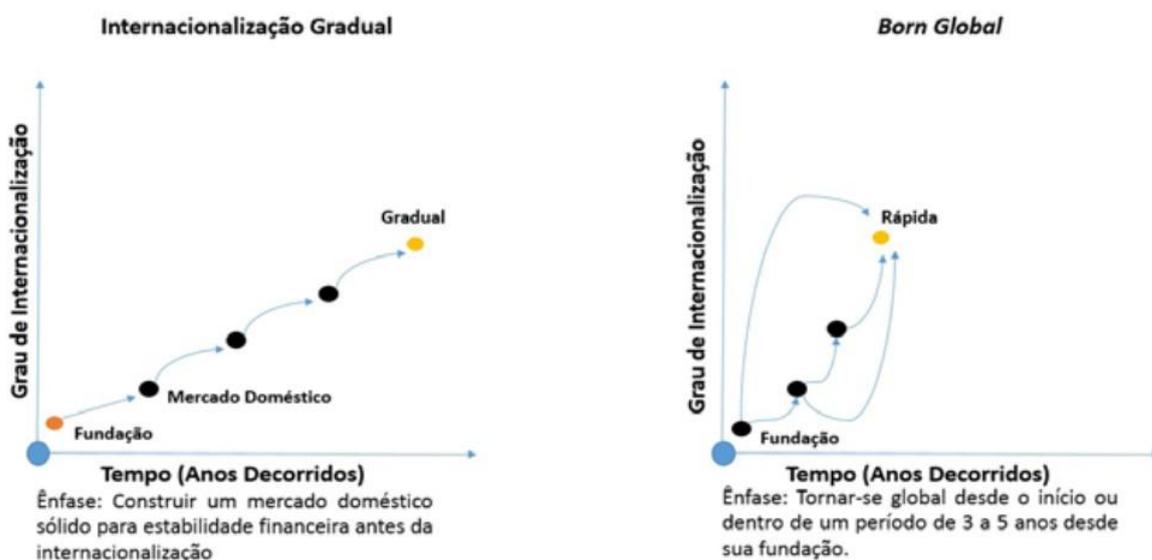
Para Dymont (1987), uma organização global é entendida como àquela que consegue obter vantagem competitiva por meio de uma estratégia coordenada incluindo os países em que possui operação.

As empresas evoluem de nacionais para multinacionais e globais. Ao longo do caminho, os sistemas de controle de gestão também devem mudar para refletir uma mudança dramática na definição da unidade estratégica de negócios. Se os controles antigos permanecerem em vigor, o foco das ações da administração pode ser mal direcionado e as vantagens de se tornar global podem ser perdidas (Dymont, 1987, p.20).

No caso das *born globals*, elas possuem aspectos importantes que permitem a utilização de recursos disponíveis de uma forma mais eficiente. Com o surgimento das tecnologias e o avanço da globalização, o mundo passou por transformações significativas em diversas áreas. Essa conjuntura abriu oportunidades para pequenas empresas se conectarem a fontes internacionais de especialização, suprimentos e clientes em todo o globo. Para essas empresas, aguardar até adquirir experiência internacional suficiente não é uma alternativa viável; a adoção de estratégias internacionais tornou-se uma condição essencial para sua existência. Um exemplo ilustrativo é o rápido crescimento de pequenas *startups* internacionais, como Twitter e Instagram (Johnson, Scholes, Whittington, 2014).

Na figura a seguir é possível observar a diferença entre uma internacionalização gradual e a de uma *born global*.

Figura 12: Internacionalização gradual X *Born Global*



Fonte: Canto, 2013.

Conforme é possível notar ao efetuar-se uma comparação entre as figuras, as empresas entendidas como “nascidas globais” conquistam o ambiente internacional em um curto período, se comparadas com uma internacionalização gradual. Esse é o caso de muitas *startups* brasileiras, que possuem o foco da internacionalização desde sua fundação, sendo este o foco desta pesquisa.

Como destacado por McKinsey e colaboradores (1993, *apud* Rasmussen; Madsen, 2002), a pesquisa também sublinha um elemento crucial na explicação do fenômeno *Born Global*: o engajamento por parte da liderança corporativa na internacionalização. Outro aspecto distintivo e de extrema relevância é a capacidade da empresa de padronizar elementos como produção, estratégias de marketing, entre outros, em escala global. Isso vai de encontro às expectativas convencionais, desafiando a norma de desenvolvimento de produtos personalizados.

Nos últimos anos, o interesse acadêmico pelo estudo de *startups* de base tecnológica no processo de internacionalização tem aumentado. Esse interesse é particularmente focado nas chamadas “*Born Globals*,” impulsionado pelo seu impacto significativo no crescimento das receitas de exportação e na geração de empregos. Esse foco na internacionalização de *startups Born Globals* tornou-se ainda mais relevante em um mundo pós pandemia da COVID-19 (Moen, Falahat & Lee, 2022; Jie, Harms, Groen & Jones, 2021; McDougall et al., 1994).

A representação esquemática, conforme ilustrada na figura a seguir por Mort e Weerawardena (2006), delinea os fatores críticos e suas inter-relações visando alcançar um desempenho satisfatório para as *Born Globals*.



Figura 13: Comportamento empreendedor de uma *Born Global*
 Fonte: Mort; Weerawardena (2006, p.18).

Evidencia-se a significativa influência do comportamento empreendedor na *Born Global*, bem como as características essenciais para a construção de redes, destacando-as como impulsionadoras da performance desse tipo específico de empresa.

Estudos empíricos também têm explorado como as *Born Globals* contribuem para o crescimento das exportações. No entanto, é importante notar que um número limitado de *startups* nascentes alcança um crescimento expressivo nas operações internacionais, independentemente de serem consideradas empresas de alto crescimento (Moen; Rialp, 2018; Jie, Harms; Groen; Jones, 2021).

Na literatura disponível é possível encontrar denominações diferentes atribuídas às empresas de internacionalização acelerada, mesmo que todas sigam a mesma ideia. De acordo com Rialp, Rialp e Knight (2005), o fenômeno *Born Global* pode ser chamado também de *International New Ventures*, *Global Startups*, *Global Pioneers*, *Instant Internationals*, *Global*

High-Tech Firms, High Technology Start-Ups, Technology-Based New Firms e até mesmo, serem encontradas sem uma denominação específica. No quadro a seguir é possível encontrar os principais autores e suas definições.

Quadro 4: Definições similares para *Born Global*

DEFINIÇÃO	AUTORES PRINCIPAIS
<i>Born Global</i>	Rennie (1993); Madsen e Servais (1997); Autio, Sapienza e Almeida (2000); Bell e McNaughton (2000); Madsen e outros (2000); Bell, McNaughton e Young (2001); Dominginhos e Simões (2001); Rasmussen e outros (2001); Moen (2002); Zuchella (2002); McNaughton (2003); Knight e Cavusgil (2004); Dominginhos e Simões (2004); Gabrielsson e outros (2004); Knight, Madsen e Servais (2004); Dib (2008)
<i>International New Ventures</i>	McDougall (1989); Oviatt e McDougall (1994); McDougall e outros (1994); Oviatt e McDougall (1999); Zahra e George (2002); Oviatt e McDougall (2005); Zahra (2005)
<i>Global Startups</i>	Oviatt e McDougall (1995)
<i>Global Pioneers</i>	Almor (1999)
<i>Instant Internationals</i>	Preece, Miles, Baetz (1999)
<i>Global High-Tech Firms</i>	Roberts e Senturia (1996)
<i>High Technology Start-Ups</i>	Autio (1999)
<i>Technology-Based New Firms</i>	Autio (1999)
Sem denominação específica	Coviello e Munro (1995); Knight e Kim (2009)

Fonte: Elaborado pela autora (2023), com base em Ribeiro (2012, p.26).

Adotando a abordagem de Ribeiro (2012), a escolha foi feita em favor do termo “*Born Global*” como referência ao fenômeno examinado nesta pesquisa. Essa decisão foi motivada pela prevalência dessa denominação nos trabalhos existentes, respaldada por influentes nomes na literatura, conforme citado no quadro acima. Outro fator determinante foi a tentativa de

contribuir para o consenso na caracterização do fenômeno. Apesar de o termo “internacionalização acelerada” também ser utilizado ao longo deste trabalho, ele é empregado com o mesmo significado do termo em inglês escolhido, “*Born Global*”.

3 PERCURSO METODOLÓGICO

Anteriormente foram apresentadas a questão problema e os objetivos, bem como a fundamentação teórica do trabalho. A finalidade deste capítulo é apresentar a metodologia da pesquisa, expondo os passos que foram seguidos e os procedimentos que foram adotados para a condução do estudo, tais como o delineamento e a estratégia de pesquisa, bem como tipo de pesquisa, coleta e a análise e interpretação dos dados.

3.1 DELINEAMENTO E ESTRATÉGIA DE PESQUISA

Uma pesquisa tem seu início a partir do surgimento de uma dúvida ou de um problema, que, por meio da utilização de um método científico, será possível entender a realidade, logrando uma resposta ou solução. Uma pesquisa requer um tratamento específico, que conforme Ander-Egg (1978, p.28) compreende um “procedimento reflexivo sistemático, controlado e crítico, que permite descobrir novos fatos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo do conhecimento.

No campo de estudos de áreas como ciências administrativas e contabilidade, a análise bibliométrica permite compreender a evolução de um determinado domínio do conhecimento diante das múltiplas possibilidades presentes na produção científica global (Treinta et al., 2014). Para operacionalizar estudos bibliométricos, Araújo *et al.* (2014) afirmam que é responsabilidade do pesquisador justificar as diretrizes de busca, garantindo que as respostas às hipóteses do estudo estejam alinhadas com um contexto real. Reforçando essa perspectiva, Guedes e Borschiver (2005) destacam que a pesquisa bibliométrica é uma técnica que viabiliza a identificação de aspectos relevantes sobre o conhecimento em investigação, promovendo uma compreensão mais aprofundada de determinados temas no âmbito da comunidade científica.

A bibliometria é uma abordagem que envolve a análise quantitativa e estatística para descrever padrões de publicação em um determinado campo da literatura (Thanuskodi, 2010). Os estudos bibliométricos desempenham um papel crucial na comunicação das descobertas mais recentes da pesquisa, facilitando a publicação de artigos que abordam o desenvolvimento

em várias áreas do conhecimento. Esses estudos refletem de maneira robusta as tendências emergentes em diversas disciplinas (Thanuskodi, 2010), contribuindo para a compreensão do estado da arte e preenchendo lacunas específicas no conhecimento (Santos; Kobashi, 2009).

3.2 CLASSIFICAÇÃO E ABORDAGEM DA PESQUISA

Com vistas a explicar a classificação da pesquisa, toma-se como base a taxionomia apresentada pela autora Vergara (2019), que descreve a pesquisa em dois aspectos: quanto aos fins e quando aos meios. Segundo Vergara (2009), quanto aos fins a pesquisa pode ser classificada como exploratória, descritiva, explicativa, metodológica, aplicada ou intervencionista.

A presente pesquisa pode ser caracterizada, quanto aos fins, é entendida como uma pesquisa descritiva, que, conforme a definição de Sampieri, Collado e Lucio (2013) tem como finalidade principal a especificação das propriedades, características e perfis de indivíduos, grupos, comunidades, processos, objetos ou qualquer outro fenômeno passível de análise. Em outras palavras, seu foco central é a medição ou a coleta de informações, seja de forma independente ou conjunta, relacionadas aos conceitos ou variáveis em questão. O objetivo principal da pesquisa descritiva não é estabelecer relações entre essas variáveis, mas sim fornecer uma descrição detalhada e completa do que está sendo estudado.

Conforme Vergara (2019), quanto aos meios de investigação, uma pesquisa pode ser classificada como de campo, de laboratório, documental, bibliográfica, experimental, *ex post facto*, participante, pesquisa-ação ou estudo de caso. Dessa forma, quanto aos meios, a pesquisa pode ser entendida como bibliográfica, pois foi realizada uma investigação sobre os seguintes assuntos para a fundamentação teórica: Gestão da inovação; Internacionalização de empresas; *Startups*.

Cervo e Bervian (2000) afirmam que a pesquisa bibliográfica busca explicar uma situação por meio de referências científicas, sendo um meio de formação por excelência e constituindo o primeiro passo da pesquisa científica. Vergara (2019, p.50) corrobora e acrescenta que a pesquisa bibliográfica “fornece instrumental analítico para qualquer outro tipo de pesquisa, mas também pode esgotar-se em si mesma. O material publicado pode ser fonte primária ou secundária”, sendo este o caso deste trabalho, que faz uso de dados secundários.

“Um artigo de revisão de literatura fornece uma visão abrangente da literatura relacionada a um tema/teoria/método e sintetiza estudos anteriores para fortalecer o fundamento do conhecimento” (Paul; Criado, 2020, p.01).

A teoria desempenha um papel fundamental como um sistema que organiza e categoriza os eventos. Nesse contexto, um evento não é apenas uma observação casual, mas também uma declaração que foi empiricamente confirmada em relação ao fenômeno em questão. Isso significa que engloba não apenas observações científicas, mas também se encaixa em um quadro teórico de referência bem estabelecido (Marconi; Lakatos, 2021).

Interessante ressaltar que a pesquisa bibliográfica não se limita a reproduzir informações pré-existentes sobre um tópico, mas sim possibilita a exploração de um assunto por meio de perspectivas ou abordagens frescas, levando a conclusões originais e inovadoras (Marconi; Lakatos, 2021). Para a pesquisa bibliográfica foram utilizadas fontes como livros, revistas, artigos científicos, teses, dissertações, dentre outras (Vergara, 2019). Como resultado foi possível encontrar uma maior compreensão do fenômeno que ocorre atualmente acerca do tema.

No que se refere à abordagem da pesquisa, a presente tese de doutorado pode ser classificada como quantitativa e exploratória, tendo em vista que essa abordagem se destaca pelo uso da quantificação na coleta de dados, além de fazer uso de técnicas estatísticas para analisar esses dados, abrangendo desde estatísticas mais simples até análises estatísticas mais sofisticadas (Richardson, 1989).

Pinheiro (2006) acrescenta que a pesquisa quantitativa é definida como um estudo estatístico que proporciona uma explicação numérica das hipóteses formuladas. Essa abordagem permite a coleta de um grande volume de informações, uma vez que se baseia em um método estruturado, empregando questões objetivas.

Por outro lado, a pesquisa exploratória tem como objetivo realizar uma análise preliminar do foco principal da pesquisa, sendo amplamente utilizada para familiarizar os pesquisadores com o fenômeno em investigação. Esse tipo de pesquisa visa proporcionar uma compreensão inicial do tema, permitindo que pesquisas subsequentes sejam concebidas com maior clareza e precisão (Gil, 2008; Collis, Hussey, 2005).

Após a obtenção dos dados foi necessária a realização da análise, tratamento e interpretação dos dados, sendo estes passos essenciais para a pesquisa (Marconi; Lakatos, 2021). De acordo com Minayo (2001) essa fase possui três objetivos principais: (1) a

compreensão dos dados que foram previamente coletados; (2) confirmação ou não dos pressupostos da pesquisa, respondendo às questões formuladas; (3) ampliação do conhecimento sobre o assunto tratado. Os procedimentos metodológicos relacionados à coleta, análise, tratamento e interpretação dos dados serão explicitados nos subcapítulos subsequentes.

Uma maneira de avaliar a produção científica em uma área específica do conhecimento é por meio do estudo bibliométrico. De acordo com Cardoso *et al.* (2005), esse tipo de estudo se concentra na análise das referências bibliográficas e das publicações, desempenhando um papel fundamental na investigação dos fenômenos relacionados à comunicação científica. Sua relevância é evidenciada pelo emprego de métodos que permitem a mensuração da repercussão e do impacto de determinados autores ou periódicos. Dessa forma, o estudo bibliométrico possibilita a compreensão das variações e tendências que ocorrem na área em questão.

O conceito de bibliometria pode ser descrito de acordo com a definição de Van Leeuwen; Van Wijk e Wouters (2004, p. 374), que o descreve como “uma disciplina que se concentra no desenvolvimento e na aplicação de medidas e indicadores quantitativos relacionados à ciência e tecnologia, com base em informações bibliográficas”.

A bibliometria pode ser definida ainda como um conjunto de leis e princípios aplicados a métodos estatísticos e matemáticos que visam o mapeamento da produtividade científica de periódicos, autores e representação da informação. O termo bibliometria foi criado por Paul Otlet em 1934, no Tratado da Documentação, sendo antes esta ciência conhecida como bibliografia estatística, termo cunhado em 1923. Todavia, o termo consolidou-se apenas em 1969, após a publicação do artigo de Pritchard, sob o título “Bibliografia estatística ou Bibliometria?” (Vanti, 2002).

A bibliometria foi inicialmente volta da para a medida de livros (quantidade de edições e exemplares, quantidade de palavras contidas nos livros, espaço ocupado pelos livros nas bibliotecas, estatísticas relativas à indústria do livro), aos poucos foi se voltando para o estudo de outros formatos de produção bibliográfica, tais como artigos de periódicos e outros tipos de documentos, para depois ocupar-se, também, da produtividade de autores e do estudo de citações (Araújo, 2006, p. 12).

Os autores Lana *et al.* (2018, p.10) defendem alguns motivos para a utilização da bibliometria, elencados a seguir:

- (1) a capacidade de fornecer uma visão geral da estrutura intelectual das publicações;
- (2) a possibilidade que a análise leve à identificação de estruturas e padrões significativos em, por exemplo, autoria, periódicos, questões de pesquisa, teorias e amostras e descobertas geográficas e;
- (3) o potencial para a confirmação quantitativa

de categorias derivadas subjetivamente em avaliações publicadas, bem como a possibilidade de explorar o cenário de pesquisa e identificar categorias.

Para este trabalho, foi realizado um estudo bibliométrico, que corresponde a uma abordagem de pesquisa que visa analisar e quantificar as características de uma determinada literatura científica em relação a um tema específico. É uma técnica que utiliza métodos estatísticos e analíticos para examinar padrões de publicação, citação, colaboração entre autores, tendências temáticas e outras informações relevantes presentes nos documentos científicos (Pritchard, 1969).

3.3 COLETA DE DADOS

Os dados quantitativos relacionados à produção científica são encontrados em bases de dados bibliográficas abrangentes ou multidisciplinares, bem como em bases especializadas dedicadas a áreas específicas do conhecimento. Os dados podem ser obtidos em bases de dados multidisciplinares, como o *Web of Science*, *Scopus* e *SPELL*. O *Web of Science* (WoS), desenvolvido pelo ISI (*International Scientific Indexing*) desde a década de 60, proporciona acesso a três índices de citações: *Science Citation Index Expanded*, *Social Sciences Citation Index* e *Arts & Humanities Citation Index* (Thomson Corporation, 2004). Da mesma forma, a *Scopus*, produzida pela Elsevier desde 2004, oferece cobertura abrangente da literatura científica e técnica publicada desde o século XIX em diversas áreas do conhecimento (ELSEVIER, 2023). Já a *SPELL*, criada em 2012 e desenvolvido pela ANPAD (Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração), oferece visibilidade à produção científica, especialmente aquela veiculada em periódicos brasileiros, ao gerar e disponibilizar indicadores de utilização dessas publicações (SPELL, 2023).

Os indicadores obtidos em bases de dados internacionais desempenham um papel relevante no monitoramento da produção científica brasileira em escala global, proporcionando uma avaliação aproximada da contribuição do Brasil para a corrente principal da Ciência. O uso dessas bases internacionais apresenta a vantagem adicional de permitir comparações entre os resultados brasileiros e os de outras nações. Contudo, a coleta de indicadores de produção científica em bases de dados nacionais é crucial, especialmente em países periféricos que não têm o inglês como língua principal.

Existem diversas bases acadêmicas, no entanto, para este estudo, os dados foram coletados a partir das três bases científicas explicadas no parágrafo anterior: *Web of Science*, *SPELL* e *Scopus*, que foram selecionadas por indexar principalmente periódicos de alto impacto em várias áreas e fornecer uma visão abrangente da pesquisa global. Para manter a consistência na amostra, foram desconsiderados livros, anais de conferências e relatórios da análise. A amostra consiste exclusivamente em artigos publicados em periódicos nacionais e internacionais nas áreas de “*management*” e “*business*”.

Diversos bancos de dados disponibilizam informações de citações, com exemplos notáveis, tais como os selecionados para a realização desta pesquisa. Em consonância com diversos artigos anteriores que empregaram esse método (Schidt, Zahra e Sillanpää 2006; Fetcherin e Heinrich, 2015), optou-se pelas três bases científicas para conduzir este estudo, em virtude de seu caráter complementar entre elas.

Considerando o artigo seminal de Oviatt e McDougall (1994) na literatura de pesquisa sobre INV/BG, decidiu-se investigar o período entre 2000 e 2023. De acordo com Øyna e Alon (2018) os termos INV (*International New Ventures*) e BGs (*Born Globals*) são os termos mais utilizados para se referir ao fenômeno da internacionalização precoce e acelerada. Os pesquisadores que priorizam principalmente a rapidez da internacionalização propuseram termos como “*Early Internationalizing Firms*” (Svensson; Payan, 2009), “*Instant Internationals*” (Preece; Miles; Baetz 1999) ou “*Rapidly Internationalizing Ventures*” (Cesinger *et al.*, 2012).

Os termos de pesquisa facilitaram a identificação clara e concisa das informações indexadas em bases de dados eletrônicas e periódicos especializados na área. Isso ajudou a minimizar viés e evitar a omissão de informações (Moreno *et al.*, 2018).

A criação do banco de dados de artigos seguiu uma abordagem em etapas, explicitadas a seguir. A análise foi iniciada realizando uma busca nos três bancos de dados mencionados, sendo realizadas considerando três línguas de publicação, inglês, português e espanhol. O horizonte temporal buscado em todas as bases incluiu trabalhos publicados de 01 de janeiro de 2000 até 30 de novembro de 2023, perpassando então, 23 anos de pesquisa.

Foram utilizados os seguintes termos e operadores booleanos, identificando as palavras-chave (*Keywords*), “*International new ventures*” OR “*born globals*”. Para obter uma base de dados o mais abrangente possível, foram escolhidas palavras-chave com base nos termos identificados por McDougall e Oviatt em seu artigo de 2003. Essa abordagem adicionou os

termos “*instant internationals*”, “*start-ups globals*”, “*new venture internationalization*”, e ainda “*infant multinationals*”, como realizado no trabalho de Øyna e Alon (2018).

Importante destacar que na base de dados SPELL, os termos foram buscados no “Resumo”, visto que no filtro “Palavras-chave” não foram encontrados resultados. Já na base *Scopus* e na *Web of Science*, foram buscados em “Keywords”. Nesta primeira etapa foram encontrados 951 artigos, conforme esquema a seguir.

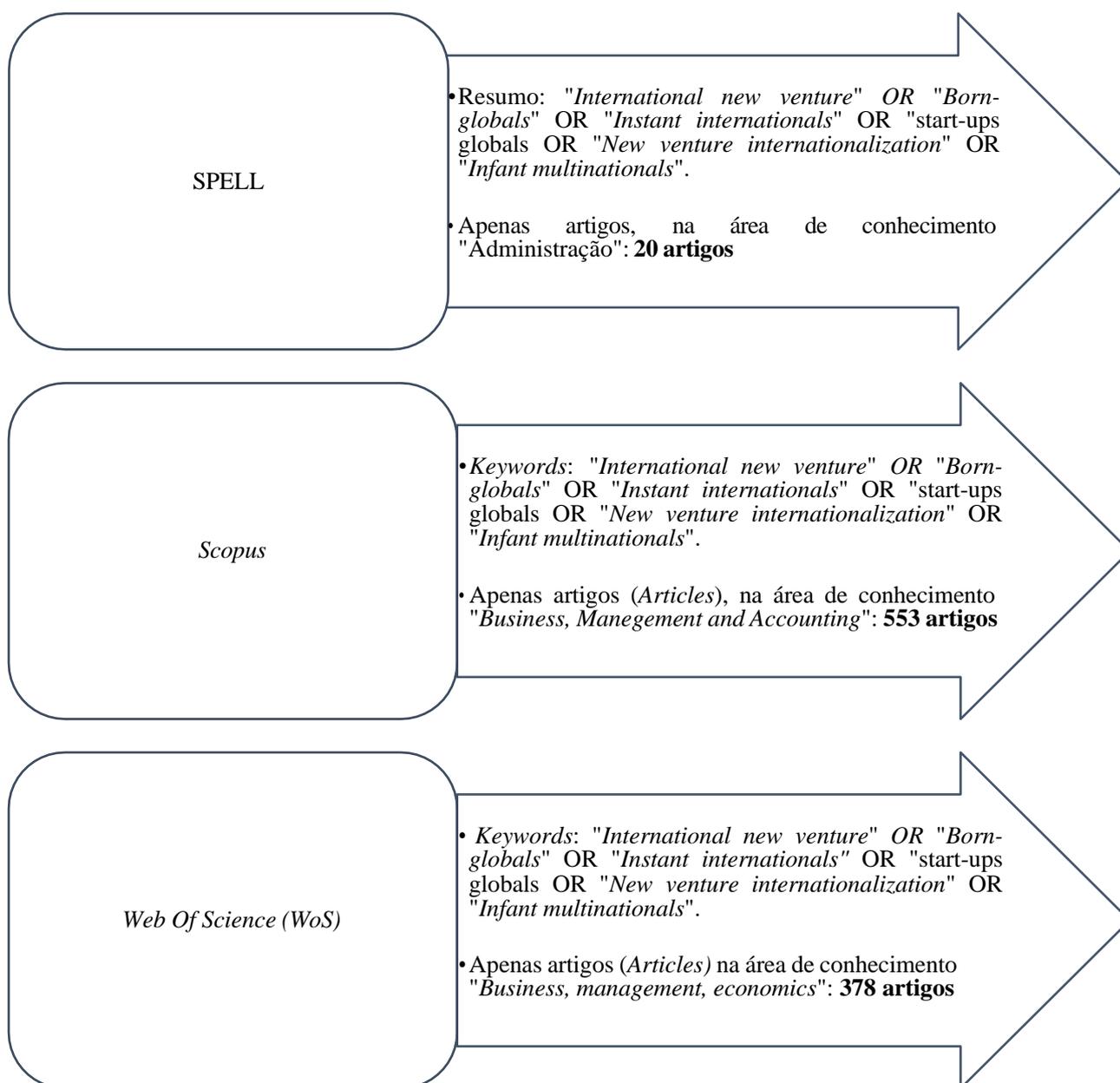
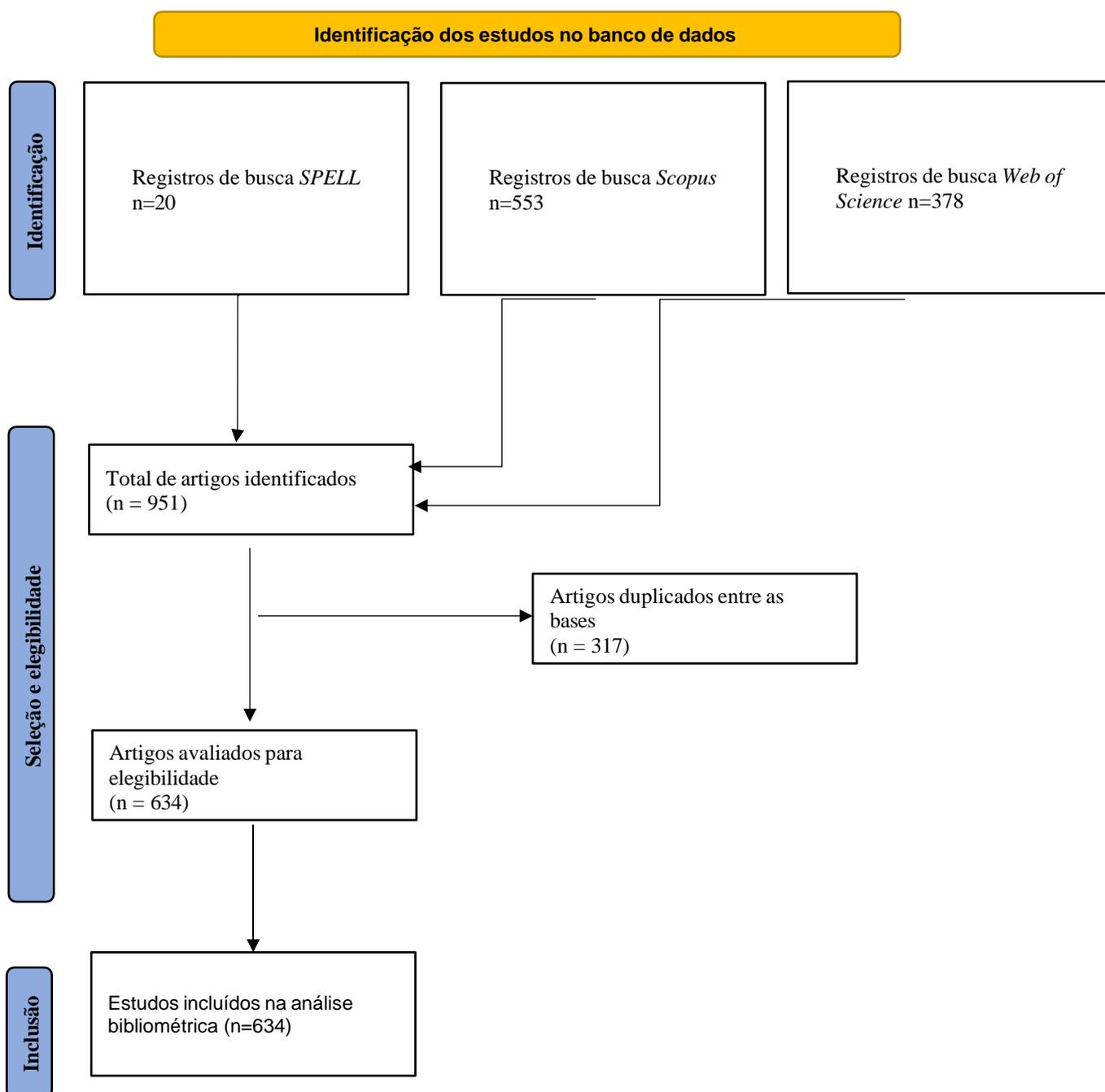


Figura 14: Filtros de busca e seleção de artigos

Fonte: Elaboração própria com dados da pesquisa (2023).

Após a seleção dos artigos, os dados foram compilados com auxílio do *Microsoft Excel*® e posteriormente no *SPSS*, versão 29.0.1.0, para consolidar os dados e remover artigos duplicados que estavam presentes em mais de uma base de dados, totalizando 317 artigos. Após esse processo, a amostra final consistiu em um total de 634 artigos publicados no período de janeiro de 2000 a novembro de 2023, conforme é possível observar na figura a seguir, de acordo com o fluxograma proposto por Page *et al.* (2020).

Quadro 5: Diagrama PRISMA® de busca e seleção de artigos



Fonte: Elaboração própria com dados da pesquisa (2023).

Na seção seguinte são apresentados os procedimentos relativos à análise, tratamento e interpretação dos dados coletados.

3.4 ANÁLISE, TRATAMENTO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Os dados deste estudo foram coletados de três bases científicas renomadas: *Web of Science*, *SPELL* e *Scopus*, selecionadas por sua indexação de periódicos de alto impacto em diversas áreas, proporcionando uma visão abrangente da pesquisa global. A amostra, consistindo exclusivamente em artigos publicados em periódicos nacionais e internacionais nas áreas de “*management*” e “*business*”, foi obtida após uma busca detalhada nos três bancos de dados, utilizando os termos “*International new venture*” OR “*Born-globals*” OR “*Instant internationals*” OR “*start-ups globals*” OR “*New venture internationalization*” OR “*Infant multinationals*”. A busca foi conduzida nas línguas inglês, português e espanhol, considerando o período de 01 de janeiro de 2000 a 30 de novembro de 2023, perpassando 23 anos de pesquisa científica publicada.

Os artigos acadêmicos encontrados na pesquisa acadêmica em Administração, das bases *SPELL*, *Scopus* e *Web of Science*, foram aplicados no software *SPSS*, versão 29.0.1.0 e no software bibliométrico *VOSviewer*, versão 1.6.19, conforme roteiro apresentado a seguir.

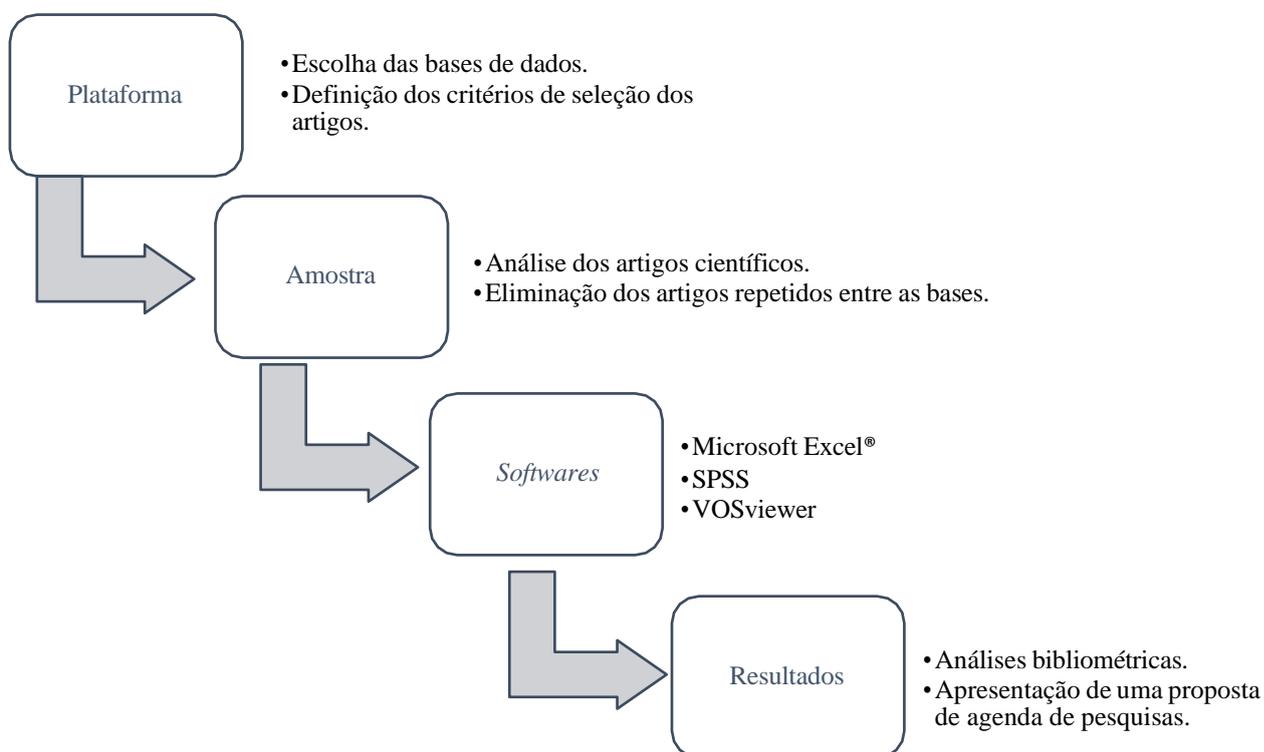


Figura 15: Roteiro de procedimentos metodológicos
 Fonte: Elaboração própria (2023).

Nesta pesquisa foram utilizados os principais indicadores bibliométricos, de acordo com Okubo (1997) conforme quadro a seguir.

Quadro 6: Indicadores bibliométricos

Lei de Lotka	Investiga as distribuições de frequência da autoria de artigos de determinado tema/área.
Lei de Bradford	Investiga as distribuições de frequência do número de artigos publicados por periódicos de determinado tema/área.
Lei de Zipf	Investiga as distribuições de frequência do vocabulário de textos de determinado tema/área.
Número de publicações por autor, revista, instituição ou tema	Investiga o volume de publicações de autores, periódicos, instituições ou temas de determinada área.

Número de coautores/ colaboradores	Investiga a dinâmica do volume de pesquisa realizada de forma colaborativa, seja entre pesquisas individuais ou em grupo, ou nacionais e internacionais.
Copublicações: publicação com autores de diferentes países, instituições	Investiga a cooperação entre representantes de entidades e países, em pesquisas conjuntas, com a finalidade de criar uma matriz que evidencie os principais parceiros e forneça a descrição da rede científica.
Número de citações	Investiga o impacto dos artigos, dos periódicos e dos pesquisadores em função do número de citações.

Fonte: Adaptado de Okubo (1997).

O próximo passo envolveu a leitura dos resumos dos estudos, juntamente com o preenchimento de uma planilha no *Microsoft Excel*® que contemplava as métricas de publicação relevantes para esta pesquisa. Em praticamente todos os casos, realizou-se a leitura completa da seção de metodologia das pesquisas, buscando identificar o período selecionado para a análise bibliométrica dos artigos, a abrangência, o título da fonte, a base de dados utilizada, a ferramenta de apoio para as análises, e outros aspectos pertinentes.

A análise dos dados foi conduzida utilizando o *Microsoft Excel*®, *SPSS*, *VOSviewer* e o *Word Cloud Generator*, um *plugin* para o navegador *Chrome* projetado para criar nuvens de palavras. A ferramenta *VOSviewer* utiliza uma abordagem de mapeamento bidimensional como uma alternativa ao escalonamento multidimensional. Os mapas gerados podem visualizar as relações entre autores, periódicos, documentos ou palavras-chave, sendo construídos por meio de técnicas que consideram citação, cocitação, acoplamento bibliográfico ou coocorrência (Van Eck; Waltman, 2010).

A escolha do software *VOSviewer* para análise dos dados nesta pesquisa foi motivada por diversas razões. Primeiramente, o *VOSviewer* é uma ferramenta gratuita que possibilita a visualização eficaz de grandes conjuntos de dados bibliométricos, gerando mapas conceituais que facilitam a interpretação dos resultados. Além disso, é amplamente utilizado em estudos bibliométricos, o que confere maior robustez aos resultados obtidos (GUIMARÃES; BEZERRA, 2019).

Sua capacidade de visualizar diferentes tipos de análises bibliométricas, como mapeamento de coautoria e análise de coocorrência de termos, permitiu explorar diferentes perspectivas nos dados. Por meio da geração intuitiva de diagramas de dispersão, facilitou a

análise e identificação de padrões e tendências nos termos, autores e publicações mais relevantes para o tema. Importante ressaltar que o *VOSviewer* é especificamente direcionado para análise bibliométrica, oferecendo recursos visuais específicos que não estão presentes em ferramentas como *Excel* e *SPSS*. Além disso, sua capacidade de manipular grandes volumes de dados sem comprometer o desempenho foi crucial, visto que a pesquisa envolveu uma grande amostra. Assim, o *VOSviewer* proporcionou um maior poder analítico e interpretação visual dos resultados, sem custos, favorecendo a exploração dos dados coletados e uma compreensão mais aprofundada das tendências observadas (GUIMARÃES; BEZERRA, 2019).

Esta análise foi fundamentada na frequência das categorias analíticas, apresentando os resultados por meio de tabelas e gráficos, além da visualização de nuvens de palavras. Esse método possibilitou a manipulação de uma quantidade substancial de dados, facilitando a condução de diversos tipos de estudos com o auxílio do *VOSviewer*. O *software* não apenas gera imagens intuitivas que complementam as análises, mas também oferece a capacidade de realizar filtros no tratamento dos dados obtidos. Isso inclui a aglutinação de nomes de autores que, eventualmente, estão registrados de maneiras diferentes, proporcionando maior consistência e precisão aos resultados. As discussões decorreram de maneira descritiva, alinhadas com o objetivo proposto neste estudo.

3.5 LIMITAÇÕES METODOLÓGICAS

Toda pesquisa está sujeita a limitações metodológicas que podem impactar a validade e generalização dos resultados. É importante destacar que esta pesquisa sobre internacionalização de *born globals* apresenta algumas limitações metodológicas que devem ser consideradas ao interpretar os resultados obtidos.

A principal limitação da pesquisa diz respeito ao fato de ainda existirem pesquisadores que, conforme Paul e Criado (2020), permanecem céticos quanto à importância e impacto das pesquisas bibliométricas em comparação com outros tipos de revisão da literatura. Uma segunda limitação diz respeito sobre o fato de que o contexto empresarial e tecnológico está em constante evolução. As descobertas da pesquisa podem não refletir mudanças significativas que ocorram após o período de coleta de dados.

Pode-se levar em conta como limitação ainda a retrospectiva limitada, visto que dependendo da disponibilidade de dados históricos, a pesquisa pode ser limitada em sua

capacidade de fornecer uma análise retrospectiva abrangente do processo de internacionalização das *Born Globals*. Isso pode restringir a compreensão dos estágios iniciais e do desenvolvimento ao longo do tempo.

Para o presente trabalho foram utilizadas várias conotações utilizadas na literatura para o fenômeno das BG(s), no entanto, a definição de *Born Globals* pode variar na literatura, o que pode levar a diferentes interpretações e inclusões/exclusões de empresas na análise. Isso pode dificultar a comparação entre estudos e limitar a consistência nos resultados.

Acrescenta-se ainda a complexidade do fenômeno, visto que a internacionalização de “*born globals*” pode ser influenciado por inúmeras variáveis. A pesquisa pode não abordar todos os fatores relevantes. Além disso, nem todos os artigos indexados podem conter informações detalhadas sobre os tópicos de interesse. E por fim, é essencial destacar que algumas informações importantes podem não ser incluídas em resumos ou palavras-chave.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS: O ESTADO DA ARTE SOBRE AS *BORN GLOBALS*

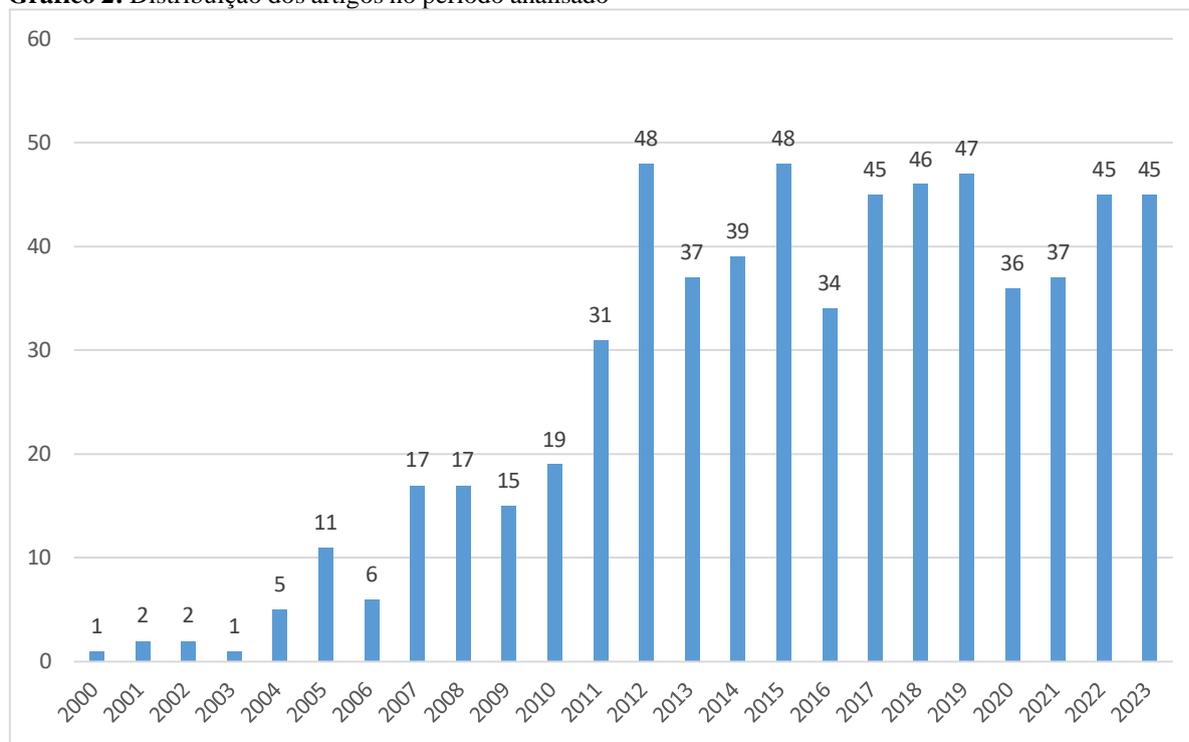
O presente capítulo visa abordar o que tem sido discutido e publicado na área acadêmica sobre internacionalização de *startups* atualmente. A revisão da literatura é uma etapa essencial em qualquer pesquisa científica, pois permite examinar estudos anteriores e teorias relevantes sobre o tema em questão, sendo um importante condutor de pesquisas e novos estudos. No caso desta pesquisa sobre as *Born Globals*, a revisão da literatura desempenhou um papel relevante na fundamentação teórica do estudo e na identificação de lacunas de conhecimento.

A literatura sobre a internacionalização de *startups* tem ganhado crescente atenção nos últimos anos. A internacionalização é um passo estratégico crucial para *startups* em busca de crescimento e expansão em mercados além das suas fronteiras originais. Diversos estudos têm explorado os fatores determinantes, os desafios e as estratégias adotadas por *startups* durante o processo de internacionalização.

Foram analisados 634 artigos obtidos nas bases *SPELL*, *Scopus* e *Web of Science*, nos anos entre 2000 e 2023, com o objetivo de expor o perfil da produção científica, a evolução do tema pesquisado no Brasil e no mundo, tendo a intenção de apresentar uma análise comparativa, delineando uma agenda de pesquisas.

Os elementos derivados dos artigos selecionados para análise nesta pesquisa são apresentados nesta seção, abrangendo suas distribuições de acordo com as categorias analíticas mencionadas no capítulo de metodologia. Os quadros, figuras e gráficos fornecidos nas seções seguintes aprimoram a clareza, objetividade e facilidade de interpretação das análises e resultados apresentados (Yin, 2015).

A análise temporal, conforme evidenciada pelos dados no Gráfico 2, revela um crescimento gradual nas publicações de estudos bibliométricos de 2000 a 2023. No entanto, em 2020, ocorre uma queda no número de publicações, seguida por uma retomada do crescimento a partir de 2021, persistindo até 2023.

Gráfico 2: Distribuição dos artigos no período analisado

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Pode-se atribuir esta queda à pandemia de COVID-19 que acometeu o mundo no ano de 2020. Conforme apontado por Lana *et al.* (2020), o novo coronavírus foi identificado em 31 de dezembro de 2019, na cidade de Wuhan, na China. A circulação global do vírus foi oficialmente reconhecida pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em 9 de janeiro de 2020, e o primeiro caso da doença foi registrado no Japão em 16 de janeiro de 2020. A partir de 21 de janeiro de 2020, vários países, incluindo os Estados Unidos, começaram a relatar casos. Em 30 de janeiro, a OMS declarou a situação como uma emergência internacional. Segundo informações do Ministério da Saúde (2020), o Brasil confirmou seu primeiro caso em 26 de fevereiro de 2020. Em 11 de março de 2020, o surto de coronavírus foi oficialmente classificado como uma pandemia global. Diante da ausência de uma vacina, a estratégia mais apropriada para conter a propagação do vírus, conforme indicado pela OMS (2020), foi o isolamento social. Vale ressaltar que a dificuldade em testar e isolar suspeitos contribuiu para o aumento do número de casos, conforme observado por Silva (2020).

Em 2023 o número de artigos está abaixo em comparação ao do ano anterior, no entanto, ressalta-se que esta pesquisa analisou dados até o mês de novembro de 2023, restando ainda 1 mês completo após o fechamento da pesquisa desta Tese de Doutorado.

Destaca-se que, até 2006, houve um período com poucas publicações, sendo somente a partir de 2007 que os estudos acerca das *Born Globals* fossem mais frequentes, tendo o pico de publicações sobre o tema em 2012 e 2015, com 48 publicações em cada ano. Esses resultados sugerem que esses estudos têm se consolidado como fontes significativas de informações sobre essas empresas. Apesar de não ser possível estabelecer uma regra geral, visto que ocorreram oscilações ao longo dos anos analisados, é possível notar uma evolução quantitativa no número de publicações.

É possível afirmar que o interesse pelo tema vem crescendo com o passar dos anos de forma gradativa, juntamente com o crescimento das empresas já nascidas internacionalizadas. Por conta desse ponto, percebe-se a relevância do tema no mundo dos negócios e para a academia e avanço da ciência administrativa. Para pesquisas futuras seria interessante promover um estudo qualitativo, averiguando as principais motivações para pesquisar sobre o tema.

A Lei de Bradford possibilita a avaliação da relevância de periódicos em uma determinada área do conhecimento, com base na premissa de que aqueles que publicam o maior número de artigos sobre um tema formam um núcleo considerado de maior qualidade ou relevância para aquela área (Guedes; Borschiver, 2005, p.3).

O gráfico a seguir exibe as revistas que se destacam como as mais relevantes, pois publicaram mais sobre o tema em questão. Durante o período analisado, a revista que mais contribuiu foi o *Journal of International Entrepreneurship*, com 62 artigos, seguida pela *International Business Review* (IBR), com 43 artigos, e o *Journal of World Business*, com 27 artigos. Vale destacar que o *Journal of International Entrepreneurship* e a *International Business Review* são reconhecidos como duas das principais e mais respeitadas revistas internacionais que abordam o tema de negócios internacionais. O *Journal of International Entrepreneurship* apresenta um CiteScore de 6,2 e um fator de impacto de 3,3, já a *International Business Review* apresenta um CiteScore de 12,3 e um fator de impacto de 8,6.

Gráfico 3: Revistas mais relevantes

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A fim de aprofundar a compreensão da origem dos artigos científicos selecionados, conforme indicados pelos títulos da fonte, elaborou-se o quadro a seguir, que apresenta informações sobre os periódicos ou revistas científicas, incluindo o ISSN (*International Standard Serial Number*), a área de domínio de pesquisa e o fator de impacto de 2022, últimos dados divulgados até o momento em que esta pesquisa foi realizada, conforme consta no JCR (*Journal Citation Reports*).

Levando em consideração que foram 204 Revistas ou *Journals* coletados na base de dados, o quadro apresenta os 20 primeiros, com maior número de artigos. A disposição dos dados no quadro segue uma ordem decrescente em relação à quantidade de artigos científicos por periódico, considerando o total de 634 artigos mencionados na amostra principal.

Quadro 7: Principais periódicos

Periódico (ou Revista Científica)	ISSN	Domínio de pesquisa	Fator de impacto*	Qualis/Capes (2020)	Quantidade de artigos	Percentual (%)
<i>Journal of International Entrepreneurship</i>	1572-7210	<i>Internationalization and entrepreneurship</i>	2.2	A2	62	10,02%
<i>International Business Review</i>	1872-6149	<i>Business and International Management</i>	8.6	A1	43	13,19%
<i>Journal of World Business</i>	1878-5573	<i>International Business</i>	8.9	A1	27	8,28%
<i>Journal of International Business Studies</i>	1478-6990	<i>International business</i>	11.6	A1	19	5,83%
<i>Management International Review</i>	1861-8901	<i>International Business</i>	4.3	A1	19	5,83%
<i>International Marketing Review</i>	0265-1335	<i>Marketing</i>	5	A1	16	4,91%
<i>Journal of Business Research</i>	0371-3418	<i>Scientific research and management</i>	11.3	A1	16	4,91%
<i>European Journal of International Management</i>	2329-3292	<i>Business and management</i>	1.8	**	15	4,60%
<i>International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship</i>	0266-2426	<i>Small business and entrepreneurship.</i>	7.1	A1	13	3,99%
<i>International Entrepreneurship and Management Journal</i>	1555-1938	<i>International entrepreneurship</i>	5.6	A1	12	3,68%
<i>European Business Review</i>	0955-534X	<i>General management.</i>	2.387	A2	10	3,07%
<i>International Journal of Entrepreneurship and Small Business</i>	1741-8054	<i>Entrepreneurs and SMEs</i>	1.7	A2	10	3,07%
<i>European Management Journal</i>	0263-2373	<i>Business and International Management, Marketing, Strategy and Management</i>	7.5	A1	9	2,76%

<i>Journal of International Management</i>	1075-4253	<i>Business and International Management, Strategy and Management</i>	6.1	A1	9	2,76%
<i>Asia Pacific Journal of Management</i>	1572-9958	<i>Management and organizational research</i>	5.4	**	8	2,45%
<i>Entrepreneurial Business and Economics Review</i>	2353-8821	<i>Global marketplace and the global economy in general</i>	0.473	A2	8	2,45%
<i>International Journal of Business and Globalisation</i>	1753-3627	<i>General management.</i>	0.40	A3	8	2,45%
<i>Multinational Business Review</i>	1525-383X	<i>Nature and impact of the multinational enterprise (MNE)</i>	5.4	A2	8	2,45%
<i>Industrial Marketing Management</i>	0019-8501	<i>Industrial and business-to-business markets</i>	10.3	A1	7	2,15%
<i>International Journal of Globalisation and Small Business</i>	1479-3067	<i>Globalisation for small businesses</i>	1.6	A4	7	2,15%

*FI = Fator de Impacto 2022, *Journal Citation Reports* da Clarivate Analytics.

**Avaliação Qualis não encontrada.

Fonte: Elaboração própria (2023) a partir das bases científicas e do *Journal Citation Reports* (JCR), por ordem decrescente de quantidade de artigos por periódico.

O Fator de Impacto de Periódicos é um indicativo quantitativo derivado de redes de citação amplamente empregada como um indicador de qualidade (Garfield, 2006). Importante reforçar que para ser incluído em algum dos quatro estratos, o periódico deve ter fator de impacto medido pelo *Institute for Scientific Information* (ISI).

Após a análise da tabela anterior, é possível perceber que dos 634 artigos válidos para esta pesquisa, 187 são de periódicos com fator de impacto em 2022 superior ao estrato indicativo de qualidade 3.8, o mais alto nível de qualidade, correspondendo a 29,5% da amostra. De forma mais específica, 187 artigos são de 12 periódicos com fator de impacto superior a 3.8 (A1 – fator de impacto superior a 3.8; A2 – fator de impacto menor ou igual a 3.799 e maior que 2.5; B2 – fator de impacto entre 2.499 e 1.3 e B2 – fator de impacto entre 1.299 e 0.001) conforme publicado no *Journal Citation Reports* (JCR) (CAPES, 2019).

Para enriquecer a análise, foi consultado na Plataforma Sucupira/CAPES o conceito Qualis disponível para cada publicação. Nota-se que os 20 periódicos mais prolíficos sobre o tema da pesquisa apresentaram conceitos Qualis positivos, incluindo 11 (onze) periódicos com conceito A1, 5 (cinco) com A2, 1 (um) com A3 e 1 (um) com A4 e um com B4, conforme indicado no quadro anterior.

O quadro seguinte ressalta os 20 periódicos que mais publicaram no período de 2000 a 2023, destacando seus *CiteScores* e o número de citações entre 2019 e 2022. O *CiteScore* representa a média de citações recebidas por uma publicação em um ano, dividida pelo número de documentos publicados no periódico nos últimos quatro anos.

É relevante destacar que os conceitos Qualis e *CiteScore*, devido às suas metodologias distintas, resultam em pontuações diferentes para cada periódico. No entanto, observa-se que um maior número de citações geralmente está associado a um *CiteScore* mais elevado e, igualmente, a um bom conceito Qualis.

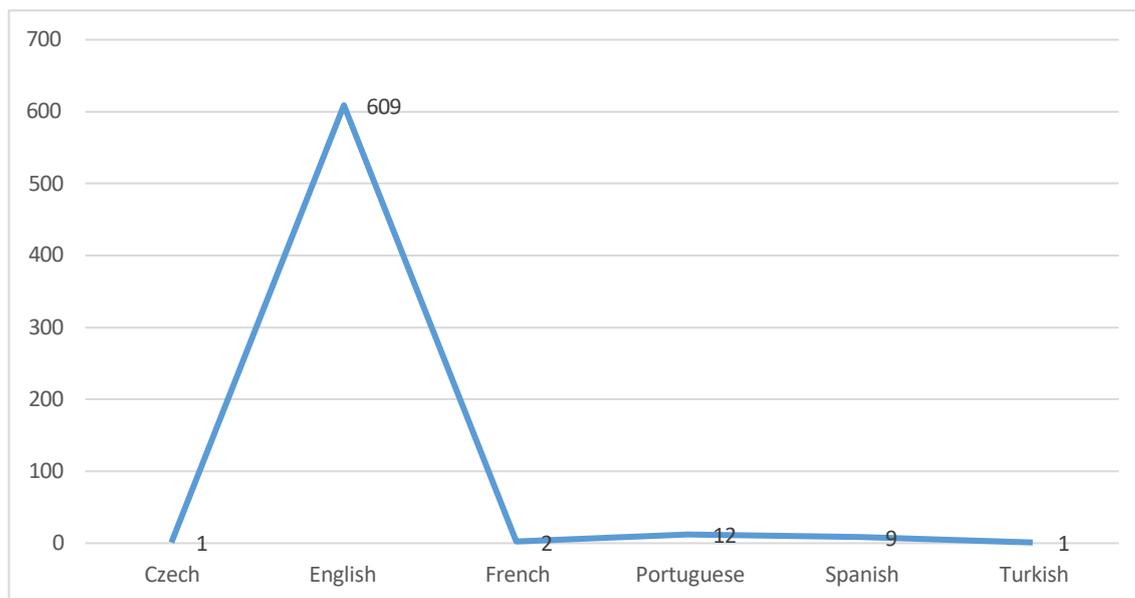
A análise dos principais periódicos no Quadro 8 revela uma hierarquia na qual a maioria dos artigos sobre as *Born Globals* é publicada, seja como tema central ou não. Essa constatação está alinhada à Lei de Bradford, que permite estimar os graus de relevância de periódicos em áreas específicas do conhecimento. A compreensão de Hill Bradford destaca que periódicos com maior volume de publicações sobre determinado tema tendem a estabelecer um núcleo de qualidade superior e maior relevância nessa área do conhecimento, refletindo um maior impacto (Bogaert; Rousseau; Van Hecke, 2000).

Quadro 8: Classificação *CiteScore* e quantidade de citações por periódico

Periódico (ou Revista Científica)	<i>CiteScore</i>	Citações (2019-2022)
<i>Journal of International Entrepreneurship</i>	6.1	419
<i>International Business Review</i>	12.3	4181
<i>Journal of World Business</i>	12.9	2824
<i>Journal of International Business Studies</i>	16.3	4580
<i>Management International Review</i>	6.3	722
<i>International Marketing Review</i>	8.5	1807
<i>Journal of Business Research</i>	16.0	51538
<i>European Journal of International Management</i>	2.2	448
<i>International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship</i>	10.8	1538
<i>International Entrepreneurship and Management Journal</i>	11.5	1538
<i>European Business Review</i>	26.5	4665
<i>International Journal of Entrepreneurship and Small Business</i>	10.8	1538
<i>European Management Journal</i>	10.9	3118
<i>Journal of International Management</i>	7.9	1580
<i>Asia Pacific Journal of Management</i>	7.5	1494
<i>Entrepreneurial Business and Economics Review</i>	5.6	1050
<i>International Journal of Business and Globalisation</i>	0.6	204
<i>Multinational Business Review</i>	5.4	503
<i>Industrial Marketing Management</i>	13.8	11674
<i>International Journal of Globalisation and Small Business</i>	1.6	97

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A adaptação ao ambiente e cultura do mercado estrangeiro é outro aspecto crucial discutido na literatura. Os empreendedores e interessados em *startups* precisam compreender as diferenças culturais, regulamentações e demandas dos consumidores em cada país para adaptar seus produtos e estratégias de marketing de forma eficaz.

Gráfico 4: Percentual de artigos por língua de publicação

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Por conta disso, é interessante observar que 96,1% dos trabalhos foram publicados em inglês, o que também favorece a inserção dos artigos em outros países. A predominância do inglês como idioma principal em artigos científicos reflete a globalização do conhecimento e a busca por uma audiência internacional. O inglês se estabeleceu como a língua franca da comunicação científica, facilitando a disseminação eficiente de descobertas e pesquisas em diversas disciplinas. A publicação em inglês amplia a visibilidade dos estudos, permitindo que cientistas de diferentes partes do mundo acessem e contribuam para o avanço do conhecimento. Além disso, periódicos de impacto frequentemente exigem a submissão de artigos em inglês, contribuindo para a padronização e a qualidade na comunicação científica. No entanto, é importante reconhecer que essa prática também pode criar barreiras de acesso para pesquisadores que não têm o inglês como língua nativa, destacando a necessidade de promover a diversidade linguística na produção científica.

Além disso, um tema comum abordado na literatura é a importância das redes de contatos e parcerias no processo de internacionalização das *startups*. A conexão com investidores, mentores, aceleradoras e outros empreendedores pode fornecer acesso a recursos, conhecimentos locais e oportunidades de negócios no mercado internacional.

Para entender as parcerias entre autores, foi confeccionado o quadro a seguir, contendo o número de autores e a quantidade de artigos publicados.

Quadro 8: Quantidade de artigos publicados e quantidade de autores

Quantidade de autores	Quantidade de artigos
1 autor	85
2 autores	229
3 autores	214
4 autores	75
5 autores	23
6 autores	4
7 autores	4
Total	634

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

É possível notar que em se tratando do tema de *Born Globals*, os autores atuam em parcerias com outros, sendo que 69,8% do total de artigos válidos na amostra possui 2 ou 3 autores atuando em conjunto, correspondendo a um total de 443 artigos. No entanto, existe uma oportunidade significativa para aprimorar a pesquisa em coautoria, uma vez que o tema *Born Global* é relevante para todos os países. Essa abordagem poderia ampliar os conhecimentos sobre como essas empresas nascem internacionalizadas e quais são suas principais características em diversos ambientes de mercado.

A fim de atender a Lei de Lotka, verificou-se quais foram os autores que mais publicaram, avaliando assim a produtividade dos autores. Segundo Guedes e Borschiver (2005, a Lei de Lotka tem a intenção de verificar a produtividade dos autores, admitindo que alguns publicam muito, enquanto muitos publicam pouco. A partir da análise dos dados, observa-se a seguir, a quantidade de artigos publicados (158), levando em consideração os 20 autores que mais publicaram em um universo de 1164 pesquisadores (634 artigos), o que representa 24,9% do total publicado.

Quadro 9: Os 20 autores que mais publicaram nos 634 artigos no período de 2000-2023

Autor	Quantidade de artigos publicados
Andersson S.	14
Evers N.	12
Gabrielsson M.	12
Javalgi R.G.	11
Gabrielsson P.	9
Saarenketo S.	9
Kuivalainen O.	8

Danik L.	7
Knight G.	7
Kowalik I.	7
Martin S.L.	7
Prashantham S.	7
Buccieri D.	6
Cavusgil E.	6
Freeman S.	6
Gerschewski S.	6
Kraus S.	6
Madsen T.K.	6
Sekliuckiene J.	6
Zahra S.A.	6

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

No período analisado neste trabalho destaca-se o autor Andersson, S., professor na *Halmstad University*, com 14 trabalhos publicados na área. Svante Andersson é um pesquisador Sueco, que possui foco de estudo na área de *Born Globals*. Destaca-se ainda a atuação de Natasha Evers (Evers, N.), pesquisadora da Trinity College Dublin, na Irlanda. E ainda, pode-se acrescentar o trabalho de Mika Gabrielsson (Gabrielsson, M.), autor Finlandês, atuante na *Hanken School of Economics/University of Eastern Finland*. Isso demonstra que as pesquisas relacionadas às *Born Globals* estão espalhadas pelo mundo, sendo interesse dos mais diversos países, com foco maior na Europa.

Para complementar a análise anterior, foi confeccionada o quadro a seguir, relacionado ao impacto dos autores na comunidade acadêmica, estabelecendo-se como medidas para este indicador o índice H, o país de origem e o início da produção dos autores. As métricas do Google Scholar oferecem uma maneira simples para os autores avaliarem de forma rápida a visibilidade e a influência de seus artigos mais recentes em publicações acadêmicas. O índice H é um índice calculado pelo *Google Scholar Metrics*, sendo um sistema de análise bibliométrica em acesso aberto que oferece um *ranking* global de periódicos científicos com base nas citações, sendo definido como o maior número h, onde pelo menos h artigos dessa publicação foram citados pelo menos h vezes cada (Google acadêmico, 2023).

Quadro 10: Impacto dos autores

Autor	País de origem	Índice H	Início da produção
Zahra S.A.	Estados Unidos	118	1989
Kraus S.	Itália	101	2006
Cavusgil E.	Estados Unidos	99	1977
Javalgi R.G.	Estados Unidos	60	1989

Knigh G.	Estados Unidos	50	1995
Saarenketo S.	Finlândia	36	2000
Kuivalainen O.	Finlândia	35	2004
Andersson S.	Suécia	34	2000
Gabrielsson M.	Finlândia	34	1999
Prashantham S.	China	31	2004
Freeman S.	Austrália	31	1998
Madsen T.K.	Dinamarca	29	1987
Evers N.	Irlanda	21	1988
Gabrielsson P.	Finlândia	15	1990
Kowalik I.	Polônia	13	1998
Sekliuckiene J.	Lituânia	13	2008
Gerschewski S.	Reino Unido	11	2007
Danik L.	Polônia	10	2006
Martin S.L.	Estados Unidos	9	2005
Buccieri D.	Estados Unidos	6	2016

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

A partir dos dados apresentados anteriormente é possível observar que os autores seminais da amostra retratada nesta Tese estudam sobre o tema há mais tempo do que o horizonte temporal escolhido para essa pesquisa, destacando-se aqui o trabalho de Madsen, T. K., que foi publicado em 1987, época em que o estudo sobre o tema era incipiente.

No quadro é possível notar que o autor que possui o maior índice H não é o que possui a maior quantidade de artigos, pelo contrário, é o último dentro dos 20 relacionados. Zahra, S.A. possui um índice H de 118, sendo o autor com maior impacto, mas possuindo apenas 6 artigos científicos publicados na amostra selecionada neste trabalho. Ademais, pode-se destacar ainda que dos 20 principais autores relacionados no quadro anterior, 12 são profissionais que atuam na Europa, totalizando 60%, 6 nos Estados Unidos, correspondendo a 30% dos artigos, 1 na Austrália e 1 na China, em que cada um respondem por 3% do total dentre os que mais publicaram.

Destaca-se aqui que o Brasil não aparece no *ranking* dos 20 autores que mais publicaram artigos, considerando-se amostra válida para esta pesquisa. Sendo assim, é importante reforçar a importância de se estudar sobre o tema, principalmente diante das mudanças tecnológicas e inovativas, que podem colocar o Brasil em uma posição de destaque no mundo.

Com o intuito de complementar a análise anterior, o quadro a seguir apresenta os artigos mais citados de cada um dos 20 autores que mais publicaram no período de 2000 a 2023 dentro da amostra válida de 634 artigos válidos nesta pesquisa em nível global.

Quadro 11: Total de citações no *Google Scholar* dos principais autores da amostra

Autor	Artigo mais citado	Total de citações
Zahra S.A.	<i>Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension</i>	15516
Cavusgil E.	<i>Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance</i>	5130
Knight G.	<i>Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm</i>	4755
Madsen T.K.	<i>The internationalization of born globals: an evolutionary process?</i>	3087
Andersson S.	<i>The internationalization of the firm from an entrepreneurial perspective</i> <i>S Andersson</i>	1010
Saarenketo S.	<i>Entrepreneurial orientation, dynamic capabilities and international performance</i>	956
Freeman S.	<i>How smaller born-global firms use networks and alliances to overcome constraints to rapid internationalization</i>	902
Kraus S.	<i>The economics of COVID-19: initial empirical evidence on how family firms in five European countries cope with the corona crisis</i>	860
Javalgi R.G.	<i>Awareness of sponsorship and corporate image: An empirical investigation</i> <i>RG Javalgi, MB Traylor, AC Gross, E Lampman</i>	859
Kuivalainen O.	<i>Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance</i>	771
Gabrielsson M.	<i>Born globals: Propositions to help advance the theory</i>	755
Martin S.L.	<i>Entrepreneurial orientation, marketing capabilities and performance: The Moderating role of Competitive Intensity on Latin American International New Ventures</i>	510
Evers N.	<i>Role of international trade shows in small firm internationalization: a network perspective</i>	465
Prashantham S.	<i>Post-entry speed of international new ventures</i>	374
Gabrielsson P.	<i>The globalization strategies of business-to-business born global firms in the wireless technology industry</i>	358
Gerschewski S.	<i>Understanding the drivers of international performance for born global firms: An integrated perspective</i>	318
Buccieri D.	<i>International new venture performance: Role of international entrepreneurial culture, ambidextrous innovation and dynamic marketing capabilities</i>	188
Sekliuckiene J.	<i>Development of social entrepreneurship initiatives: a theoretical framework</i>	125
Danik L.	<i>Success factors and development barriers perceived by the Polish born global companies. Empirical study results</i>	66
Kowalik I.	<i>Success factors and development barriers perceived by the Polish born global companies. Empirical study results</i>	66

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Considerando o total de citações como principal métrica de impacto, o principal pesquisador segue sendo Zahra S. A. que com apenas 6 artigos soma 15.516 citações recebidas em apenas 1 artigo intitulado “*Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension*”. Além deste autor, destaca-se Cavusgil, E., que também, possui apenas 6 artigos publicados, mas com 5.130 citações alcançadas, tendo conquistado este número com apenas um artigo.

A partir dos mesmos arquivos extraídos da amostra principal, empregou-se a funcionalidade de criação de grafos no software VOSviewer. Esses grafos foram gerados com base na coocorrência de palavras-chave (*Authors Keywords*) presentes nos artigos selecionados na amostra, abrangendo publicações no período de 2000 a 2023. As opções utilizadas incluíram “*Authors Keywords*” e “*Co-occurrence*”. Adicionalmente, optou-se pelo método de “*full counting*”, que atribui igual peso para cada ligação (*link*) de coocorrência no processo.

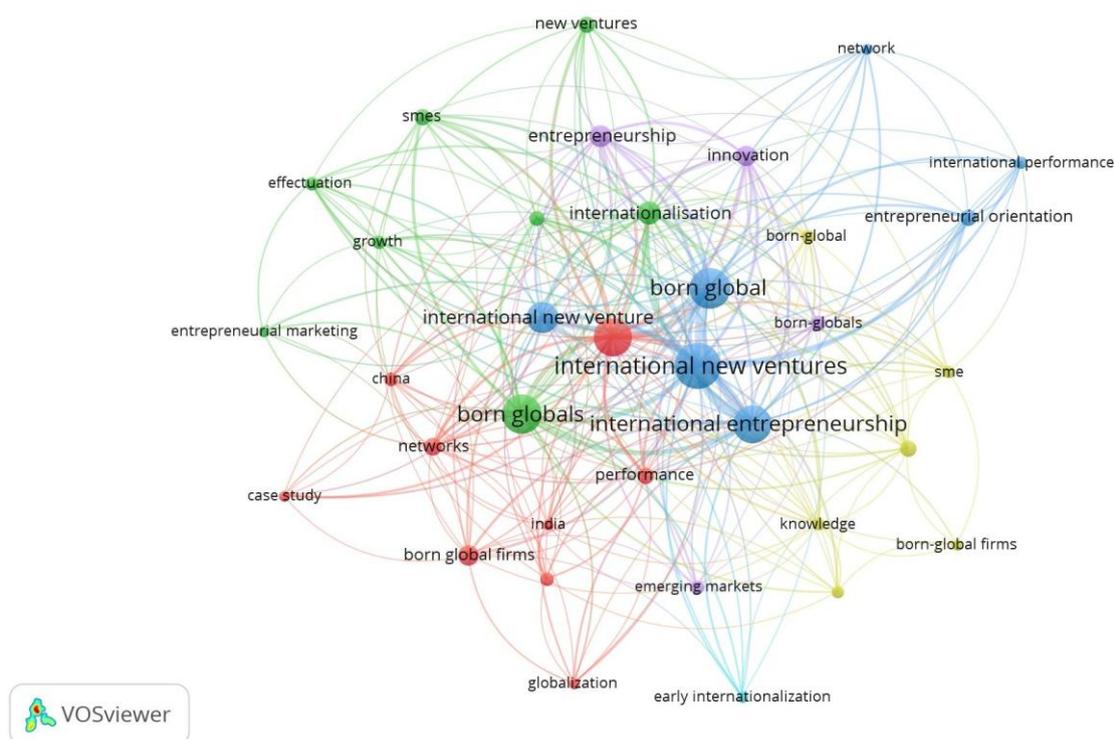


Figura 16: Grafo de palavras-chave da produção registrada na amostra principal
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Foram contabilizadas 1525 palavras-chave, estabelecendo como critério mínimo a ocorrência em pelo menos 10 instâncias para inclusão na análise, com o intuito de facilitar a visualização. Essa filtragem resultou em 35 elementos, que compõem 6 *clusters* ou núcleos interconectados, identificados por cores distintas: vermelho (*cluster 1*), verde (*cluster 2*), azul

escuro (*cluster 3*), amarelo (*cluster 4*), roxo (*cluster 5*) e azul claro (*cluster 6*). O objetivo dessa abordagem é extrair indícios da perspectiva contemporânea sobre o tema de pesquisa.

Os Quadro 12 foi elaborado para extrair os termos mais influentes da pesquisa a partir do grafo de palavras-chave, seguindo a visualização em rede. É importante ressaltar que as cores atribuídas são aleatórias, criadas pelo próprio VOSViewer.

Quadro 12: Termos mais influentes da pesquisa

<i>Cluster 1</i>	<i>Cluster 2</i>	<i>Cluster 3</i>	<i>Cluster 4</i>	<i>Cluster 5</i>	<i>Cluster 6</i>
<i>Born global firms</i>	<i>Born globals</i>	<i>Born global</i>	<i>Born-global</i>	<i>Born-globals</i>	<i>Early internationalization</i>
<i>Case study</i>	<i>Effectuation</i>	<i>Entrepreneurial orientation</i>	<i>Born-global firms</i>	<i>Emerging market</i>	-
<i>China</i>	<i>Entrepreneurial marketing</i>	<i>International entrepreneurship</i>	<i>Dynamic capabilities</i>	<i>Entrepreneurships</i>	-
<i>Globalization</i>	<i>Growth</i>	<i>International new venture</i>	<i>Internationalization process</i>	<i>Innovation</i>	-
<i>India</i>	<i>International business</i>	<i>International new ventures</i>	<i>Knowledge</i>	-	-
<i>Internationalization</i>	<i>Internationalization</i>	<i>International performance</i>	<i>SME</i>	-	-
<i>Networks</i>	<i>New ventures</i>	<i>Network</i>			
<i>New venture internationalization</i>	<i>SMEs</i>	-			
<i>Performance</i>	-	-			

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A interpretação, baseada unicamente nas palavras-chave e nos *clusters* gerados pelo *software* bibliométrico VOSviewer, revela que o *Cluster 1* aborda as *Born-globals* e suas nomenclaturas, como *New Venture Internationalization*, levando em consideração exportações dois países importantes para o ambiente de inovação, a China e a Índia. O *Cluster 2* está orientado para a efetivação e crescimento do negócio, abarcando os negócios internacionais, o marketing e as Pequenas e Médias Empresas (PMEs). O *Cluster 3* parece centrar-se no empreendedorismo, uma temática que serve como base para relações colaborativas entre organizações. O *Cluster 4* aborda a orientação empreendedora, levando em conta a as capacidades dinâmicas, o conhecimento e o processo de internacionalização. Enquanto o *Cluster 5* está ligado ao mercado emergente e a inovação. O *Cluster 6* volta-se para os estudos da internacionalização precoce.

Esse método de conexão de palavras-chave baseia-se na ocorrência conjunta em títulos, resumos ou lista de palavras-chave, utilizando o conteúdo real dos documentos. É crucial observar que as palavras podem aparecer em formas diferentes e com significados diversos.

Embora não seja conclusivo, o método parece razoável, uma vez que os autores selecionam palavras-chave para refletir o conteúdo de seus artigos (Ferreira; Pinto; Serra, 2014; Zupic; Čater, 2015).

Conforme Urbizagástegui-Alvarado (2022, p. 2) destaca, a análise de co-palavras tem como objetivo principal "mapear a estrutura conceitual de um *framework* utilizando uma rede de co-ocorrência de palavras, de modo a agrupar e traçar termos extraídos de palavras-chave, títulos ou resumos presentes em uma coleção bibliográfica, como em títulos, resumos, descritores ou cabeçalhos de assuntos de um texto". Essa abordagem permite identificar padrões e relações semânticas entre as palavras, contribuindo para a compreensão da estrutura conceitual subjacente aos documentos analisados.

Dessa forma, a análise de co-palavras emerge como uma ferramenta valiosa para revelar a interconexão e a relevância dos termos dentro de um contexto específico, promovendo uma compreensão mais aprofundada da temática abordada na coleção bibliográfica examinada.

Nesse contexto, a análise de co-palavras visa examinar a ocorrência conjunta de duas ou mais palavras nos resumos dos documentos (Urbizagástegui-Alvarado, 2022). Assim, foi realizada ainda uma análise a partir dos resumos dos trabalhos selecionados, criando um mapa baseado no resumo dos dados coletados. Para que fosse construído, o número mínimo de ocorrências dos termos selecionados foi de 30, sendo selecionados 54 termos ao total, utilizando a contagem binária (*binary counting*). No caso da contagem binária, o atributo Ocorrências indica o número de documentos em que um termo ocorre pelo menos uma vez. Foram criados pelo software VOSviewer 3 *clusters*, que podem ser visualizados na figura a seguir.

Essa filtragem foi composta por 3 *clusters* ou núcleos interconectados, identificados por cores distintas: vermelho (*cluster 1*), verde (*cluster 2*) e azul escuro (*cluster 3*).

Quadro 13: *Clusters* baseados no *Abstract* da amostra

<i>Cluster 1</i>	<i>Cluster 2</i>	<i>Cluster 3</i>
<i>Article</i>	<i>Addition</i>	<i>Area</i>
<i>Case</i>	<i>Capability</i>	<i>Author</i>
<i>Case study</i>	<i>Data</i>	<i>Design methodology approach</i>
<i>Characteristic</i>	<i>Early internationalization</i>	<i>Influence</i>
<i>Company</i>	<i>Effect</i>	<i>Originality value</i>
<i>Evidence</i>	<i>Field</i>	<i>Practical implication</i>
<i>Factor</i>	<i>Future research</i>	<i>Research limitations implication</i>
<i>Focus</i>	<i>Hypothesis</i>	-
<i>Founder</i>	<i>Impact</i>	-
<i>Global</i>	<i>International entrepreneurship</i>	-
<i>Global firm</i>	<i>International new venture</i>	-
<i>Inception</i>	<i>INV</i>	-
<i>Internationalisation</i>	<i>INVs</i>	-
<i>Internationalisation process</i>	<i>New venture</i>	-
<i>Interview</i>	<i>Performance</i>	-
<i>Manager</i>	<i>Relationship</i>	-
<i>Network</i>	<i>Sample</i>	-
<i>Number</i>	<i>Venture</i>	-
<i>Order</i>	<i>View</i>	-
<i>Phenomenon</i>	-	-
<i>Process</i>	-	-
<i>Proposition</i>	-	-
<i>SME</i>	-	-
<i>SMEs</i>	-	-
<i>Technology</i>	-	-
<i>Term</i>	-	-
<i>Use</i>	-	-
<i>Year</i>	-	-

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Após a análise dos dados anteriores, pode-se notar que o *Cluster 1* está focado no entendimento relacionado aos tipos principais metodologias de trabalhos encontrados, tais como estudos de caso, entrevistas e artigos voltados para análise do processo de internacionalização. O *Cluster 2* apresenta características nos dados, performance, relacionamento dos negócios. Já o *Cluster 3* mostra-se mais voltado para as limitações práticas dos estudos, bem como suas implicações e originalidade.

Vale destacar que essa técnica proporciona a avaliação da similaridade de temas em diferentes documentos, estabelecendo uma rede composta por clusters, nos quais palavras-chave semelhantes são agrupadas com base em sua proximidade ou distanciamento relativo. O principal objetivo dessa análise é identificar as linhas de pesquisa consolidadas ou emergentes em um determinado campo de conhecimento, revelando tendências de pesquisa significativas (Urbizagástegui-Alvarado, 2022).

Os demais temas apresentados na rede representam oportunidades para os pesquisadores dedicarem esforços a investigar tópicos menos explorados e potencialmente inovadores. Essa análise visual oferece uma representação gráfica das relações semânticas entre os temas, proporcionando revelações valiosas para orientar futuras pesquisas e identificar lacunas no conhecimento dentro do campo estudado.

A próxima análise destaca os documentos acadêmicos mais citados em nível global. No quadro a seguir é possível encontrar os trabalhos com mais citações estão distribuídos entre os anos de 2004 e 2016. Essa evidenciação revela que esses artigos científicos se comportam como seminiais na área de pesquisa, seguindo linhas de estudo e pensamento serviram de base para os autores mais atuais elaborarem suas pesquisas sobre *Born Globals* e *International New Ventures*.

Quadro 14: Os vinte artigos mais citados dos 634 pesquisados no período de 2000-2023

<i>Publication Year</i>	<i>Authors</i>	<i>Article Title</i>	<i>Journal</i>	<i>Cited by</i>	<i>Percentual (%)</i>
2004	Knight G.A.; Cavusgil S.T.	<i>Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm</i>	<i>Journal of International Business Studies</i>	1894	18,1%
2011	Jones M.V.; Coviello N.; Tang Y.K.	<i>International Entrepreneurship research (1989-2009): A domain ontology and thematic analysis</i>	<i>Journal of Business Venturing</i>	897	8,6%
2006	Coviello N.E.	<i>The network dynamics of international new ventures</i>	<i>Journal of International Business Studies</i>	786	7,5%
2007	Zhou L.; Wu W.-P.; Luo X.	<i>Internationalization and the performance of born-global SMEs: The mediating role of social networks</i>	<i>Journal of International Business Studies</i>	751	7,2%
2005	Jones, MV; Coviello, NE	<i>Internationalisation: conceptualising an entrepreneurial process of behaviour in time</i>	<i>Journal of International Business Studies</i>	647	6,2%
2005	Rialp, A; Rialp, J; Knight, GA	<i>The phenomenon of early internationalizing firms: what do we know after a decade (1993-2003) of scientific inquiry?</i>	<i>International Business Review</i>	645	6,2%
2007	Weerawardena J.; Mort G.S.; Liesch P.W.; Knight G.	<i>Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective</i>	<i>Journal of World Business</i>	607	5,8%
2005	Zahra, SA	<i>A theory of international new ventures: a decade of research</i>	<i>Journal of International Business Studies</i>	536	5,1%
2015	Cavusgil, ST; Knight, G	<i>The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization</i>	<i>Journal of International Business Studies</i>	495	4,7%
2007	Kuivalainen O.; Sundqvist S.; Servais P.	<i>Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance</i>	<i>Journal of World Business</i>	385	3,7%
2007	Mathews J.A.; Zander I.	<i>The international entrepreneurial dynamics of accelerated internationalisation</i>	<i>Journal of International Business Studies</i>	354	3,4%

2016	Knight G.A.; Liesch P.W.	<i>Internationalization: From incremental to born global</i>	<i>Journal of World Business</i>	352	3,4%	
2007	Mudambi R.; Zahra S.A.	<i>The survival of international new ventures</i>	<i>Journal of International Business Studies</i>	320	3,1%	
2008	Gabrielsson M.; Kirpalani V.H.M.; Dimitratos P.; Solberg C.A.; Zucchella A.	<i>Born globals: Propositions to help advance the theory</i>	<i>International Business Review</i>	289	2,8%	
2005	Autio, E	<i>Creative tension: the significance of Ben Oviatt's and Patricia McDougall's article 'toward a theory of international new ventures'</i>	<i>Journal of International Business Studies</i>	270	2,6%	
2007	Zhou L.	<i>The effects of entrepreneurial proclivity and foreign market knowledge on early internationalization</i>	<i>Journal of World Business</i>	262	2,5%	
2007	Gassmann O.; Keupp M.M.	<i>The competitive advantage of early and rapidly internationalising SMEs in the biotechnology industry: A knowledge-based view</i>	<i>Journal of World Business</i>	249	2,4%	
2016	Martin S.L.; Javalgi R.R.G.	<i>Entrepreneurial orientation, marketing capabilities and performance: The Moderating role of Competitive Intensity on Latin American International New Ventures</i>	<i>Journal of Business Research</i>	244	2,3%	
2004	Gabrielsson M.; Manek Kirpalani V.H.	<i>Born globals: How to reach new business space rapidly</i>	<i>International Business Review</i>	242	2,3%	
2005	Oviatt, BM; McDougall, PP	<i>The internationalization of entrepreneurship</i>	<i>Journal of International Business Studies</i>	233	2,2%	
				Total dos 20 artigos mais citados	10458	100%
				Total de citações dos 634 artigos	28946	

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Após a confecção e análise do quadro anterior, é possível observar que o artigo intitulado *Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm* dos autores Gary Knight e S. Tamer Cavusgil, publicado no *Journal of International Business Studies*, foi o artigo mais citado por outros autores, alcançando 1894 citações.

Destaca-se ainda que dentro da lista dos vinte artigos mais citados dos 634 pesquisados no período de 2000-2023, o *Journal* que mais publicou sobre o tema foi o *Journal of International Business Studies*, totalizando 10 artigos, isto é, 50% dos mais citados.

Uma análise adicional conduzida na amostra principal, utilizando o *software* VOSViewer, focou-se na co-citação de autores, explorando as referências citadas nos trabalhos (*Cited authors*). Para a elaboração da figura subsequente, estabeleceu-se um critério mínimo de 20 citações, considerando o vasto total de 18.894 autores identificados na amostra, resultando na seleção de 632 autores que atendiam a esse requisito. Para cada um desses 632 autores, calculou-se a força total das conexões com outros autores.

Dessa forma, foram destacados os autores com as conexões mais robustas, representados pela maior força total de vínculos. A visualização resultante proporciona uma representação gráfica das relações co-citativas entre os autores mais proeminentes na amostra, oferecendo informações sobre as influências e colaborações significativas no campo de estudo analisado.

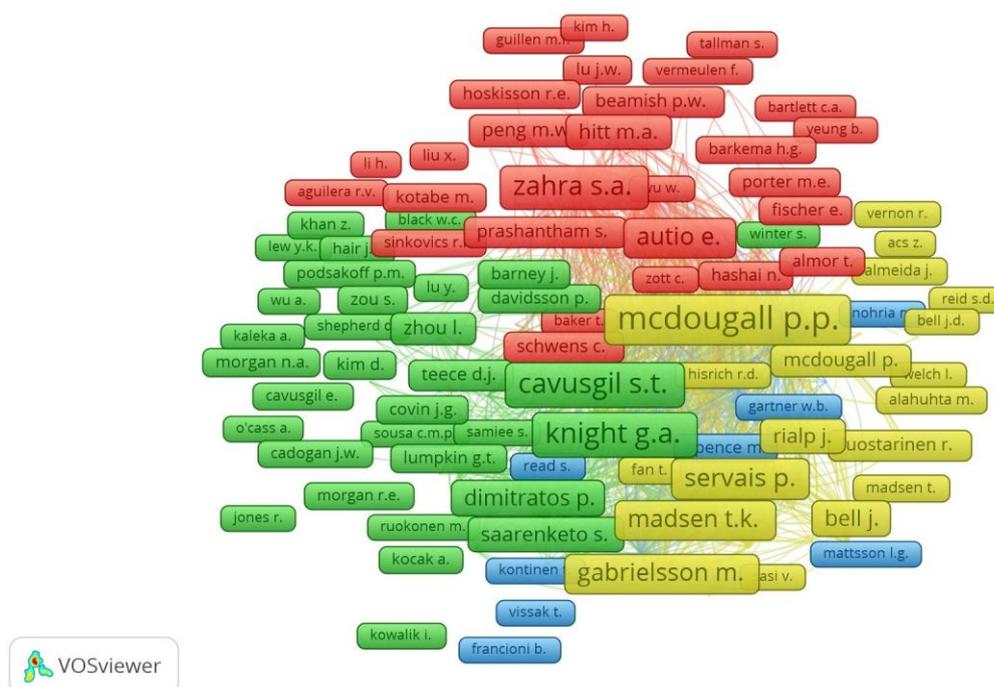


Figura 18: Co-citação de autores com base na amostra principal

demasiadamente co-citados, é necessário que muitos autores citem ambos os trabalhos anteriores.

Essa abordagem sugere que, na análise de cocitação, quanto mais frequentemente dois itens são citados juntos, maior a probabilidade de que seus conteúdos estejam relacionados (Zupic; Čater, 2014). Nesse contexto, a figura 18 apresenta os trabalhos mais citados dentro dos 634 artigos selecionados nesta pesquisa.

Esses trabalhos destacam-se como influentes, sendo considerados como seminais e capazes de exercer impacto sobre outros autores em suas pesquisas. Essa análise oferece uma visão valiosa das obras que moldaram o campo de estudo, destacando sua relevância e influência dentro da literatura examinada.

Uma outra análise importante realizada com uso da ferramenta VOSViewer foi a análise de acoplamento bibliográfico. “O acoplamento bibliográfico é o oposto da cocitação. Duas publicações são acopladas bibliograficamente se houver uma terceira publicação que seja citada por ambas as publicações” (Kessler, 1963, p.11).

Em termos simples, o acoplamento bibliográfico refere-se à coincidência nas listas de referências de publicações. Quanto mais referências em comum duas publicações possuem, mais robusta é a relação de acoplamento bibliográfico entre elas. Apesar de ter sido introduzido anteriormente do que a cocitação, o acoplamento bibliográfico inicialmente recebeu menos atenção na literatura dedicada à visualização de redes bibliométricas. Contudo, nos últimos anos, o interesse pela análise do acoplamento bibliográfico tem crescido consideravelmente na literatura (por exemplo, Boyack, Klavans, 2010; Jarneving, 2007; Zhao e Strotmann, 2008).

Para esta análise, foi utilizado o enquadramento “*Bibliografic coupling*”, levando-se em consideração os países e aceitando-se um mínimo de 5 documentos. De 244 países, 31 atendem aos limites.

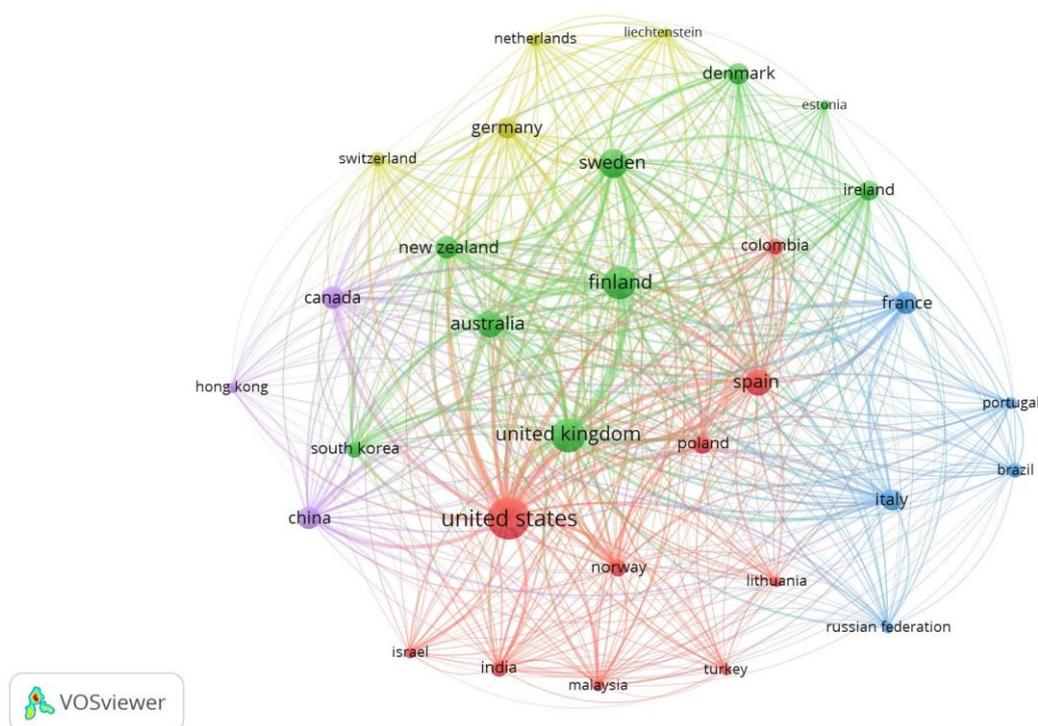


Figura 20: Acoplamento bibliográfico da amostra principal com base nos países
 Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A próxima análise emprega um acoplamento bibliográfico para investigar as interconexões entre organizações a partir de um conjunto mínimo de três documentos relacionados. Abrangendo um amplo espectro de 1.224 países, observou-se que apenas 16 atendem aos critérios estabelecidos. Dentro desse grupo, nove organizações emergem como centrais nas conexões bibliográficas, indicando uma presença mais robusta na produção de conhecimento e pesquisa acadêmica.

É interessante reforçar que, assim como na pesquisa de Garcés-Bautista *et al* (2023), pode-se notar uma lacuna na literatura que inclui o Brasil, especialmente quando se trata das características e do desenvolvimento dos BGs em nações com renda média e baixa nesta região do globo.

Destaca-se que após a inserção dos dados no software de análise bibliométrica, parte das organizações que atingem os limiares mínimos não apresenta ligações bibliográficas significativas, sugerindo uma possível heterogeneidade nas estratégias de pesquisa e colaboração entre essas nações. A análise do acoplamento bibliográfico, ao destacar essas conexões e discrepâncias, proporciona uma visão valiosa das dinâmicas de pesquisa e colaboração entre organizações em escala internacional. Esses *insights* podem contribuir para

uma compreensão mais profunda do papel de diferentes países no cenário global de pesquisa e para a promoção de parcerias estratégicas entre organizações de diversas origens.

A partir da análise dos dados coletados na amostra principal, foi possível estabelecer as instituições mais produtivas, conforme mostrado na figura a seguir. Nota-se que não há um predomínio expressivo entre as instituições, mas elas possuem conexões entre si, por meio de autores que são parceiros.

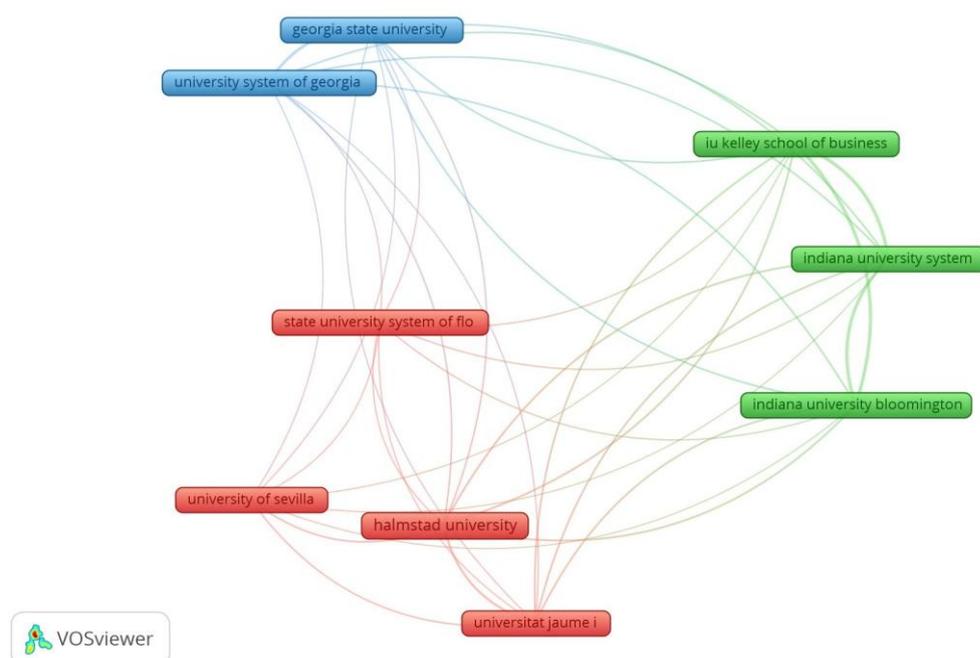


Figura 21: Acoplamento bibliográfico da amostra principal com base nas Organizações
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Para melhor entendimento acerca da amostra coletada neste trabalho, a figura a seguir adota uma análise de citação para examinar as inter-relações entre autores com base em um requisito mínimo de dois documentos citados. Em uma amostra representativa de 609 autores, identificou-se que 22 deles atendem aos critérios estabelecidos, indicando uma presença notável na produção acadêmica.

Esses autores, ao alcançarem o limiar mínimo de documentos citados, sinalizam sua influência e contribuição significativa para o corpo de conhecimento existente. A análise de citação revela padrões de colaboração e reconhecimento entre autores, destacando as redes acadêmicas emergentes e fortalecendo a compreensão das dinâmicas colaborativas na pesquisa.

A rede de colaboração desempenha um papel fundamental na promoção do desenvolvimento e compartilhamento de conhecimentos científicos, como destacado por

Medeiros e Caregnato (2012). Conforme ressaltado por Cruz *et al.* (2010), a colaboração entre pesquisadores facilita o intercâmbio de recursos informacionais, tecnológicos e experiências, promovendo a troca de ideias e outros recursos.

Essa interação entre pesquisadores não apenas contribui para a compreensão do perfil da produção científica dos docentes, mas também abre oportunidades para parcerias e pesquisas conjuntas, seja com outros autores ou instituições acadêmicas. Essa colaboração fortalece a comunicação entre as instituições de ensino e pesquisa, contribuindo para a melhoria contínua da produção científica Medeiros e Caregnato (2012). A Figura 22 apresenta visualmente a rede de colaboração com base nos artigos selecionados, onde os pontos representam os autores e as linhas indicam a coautoria, fornecendo uma representação gráfica das conexões e colaborações entre os pesquisadores. Essa análise visual oferece uma compreensão valiosa sobre as interações na comunidade científica examinada, complementando a análise realizada na figura 21.

Esses 22 autores, ao cumprir os requisitos estipulados, emergem como figuras-chave no cenário acadêmico, sugerindo uma potencial centralidade em debates e discussões científicas. A análise de citação, ao fornecer uma visão aprofundada dessas conexões autorais, contribui para a compreensão das redes acadêmicas e pode orientar futuras colaborações e pesquisas interdisciplinares.

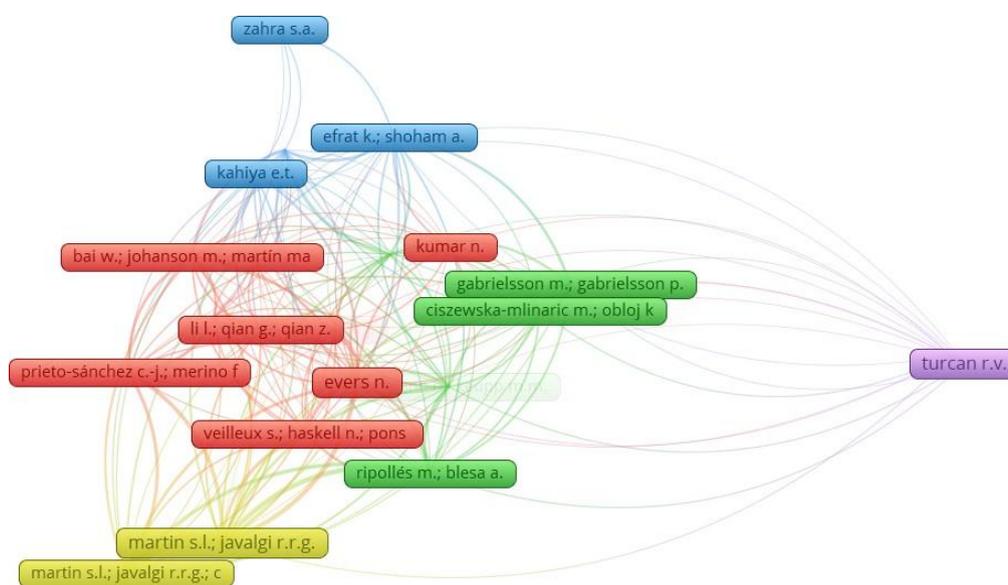


Figura 22: Análise de citação com base na amostra principal
Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Para contemplar a Lei de Zipf, a figura a seguir apresenta as palavras que aparecem com mais frequência nos artigos. Esta Lei tem como objetivo avaliar a frequência com que as

palavras surgem no texto. Em outras palavras, essa lei deu origem ao princípio do menor esforço, indicando que a repetição de uma palavra sugere que esta está relacionada ao tema central do documento (Araújo, 2006).

A técnica de nuvem de palavras, uma forma visual de representar a frequência de palavras em um conjunto de dados, destaca-se como uma ferramenta valiosa na análise textual. Nesse método, palavras-chave são apresentadas de maneira gráfica, sendo o tamanho proporcional à sua frequência no texto analisado. A nuvem de palavras proporciona uma visão imediata das principais temáticas e ênfases presentes em um corpus de documentos, facilitando a identificação de padrões e tendências. É uma ferramenta versátil e intuitiva, frequentemente utilizada em pesquisas qualitativas e análises de conteúdo, possibilitando uma compreensão rápida e visualmente impactante das palavras mais relevantes em um conjunto de dados textual. Essa abordagem visual não apenas simplifica a interpretação de grandes volumes de texto, mas também oferece insights valiosos sobre os temas predominantes, sendo, portanto, uma técnica eficaz para resumir e explorar a semântica de documentos extensos.

Para criar a nuvem de palavras, foi utilizado o site *Tagul Clouds*⁶, um *software online*, considerando as palavras-chave dos 634 artigos científicos utilizados na presente pesquisa, que totalizaram 3372 palavras-chave. Importante reforçar que o aplicativo *Tagul* elimina as palavras duplicadas, fazendo com que a nuvem de palavras fique mais robusta. É importante destacar que 5 estudos não apresentaram esse elemento, pois acredita-se que a inclusão de palavras-chave tenha se tornado uma exigência nas instruções de formatação dos artigos apenas nos últimos anos.

⁶ *Tagul Clouds*: <<https://wordart.com/>>

que influenciam o processo de internacionalização de pequenas e médias empresas (PMEs), o papel da inovação na internacionalização de novos empreendimentos e a importância da governança corporativa no desempenho de novos empreendimentos internacionais (INVs).

Os estudos também exploram como fatores como experiência anterior, ciclo de vida do setor, capital de conhecimento e diversificação geográfica influenciam as decisões de internacionalização das empresas, principalmente as nascidas globais e os empreendimentos em fase inicial de internacionalização.

Os principais resultados encontrados na pesquisa bibliométrica apontam a existência de seis correntes de pesquisa distintas dentro da literatura sobre empresas internacionais novas (*international new ventures* - INVs):

- 1) *International intensity and Global diversity*;
- 2) *Market Orientation*;
- 3) *Entrepreneurial Perspectives*;
- 4) *Capabilities*;
- 5) *Networks and Social Capital*;
- 6) *Strategic Choices and Environmental factors*.

Após a leitura dos trabalhos utilizados nessa amostra, foi possível ainda elencar os principais pontos encontrados nos trabalhos, que revelam diversos *insights* sobre empresas internacionais emergentes (INVs). Essas empresas se beneficiam enormemente da aquisição e aplicação de conhecimentos relacionados ao mercado, tecnologia e gestão e ainda esses conhecimentos são predominantemente adquiridos por meio da experiência dos fundadores e suas redes sociais e profissionais.

Fatores como orientação empreendedora, experiência internacional dos fundadores, redes e apoio governamental influenciam positivamente a velocidade com que as empresas emergentes de mercados internacionais se internacionalizam. Destaca-se ainda que a cultura organizacional desempenha um papel significativo na propensão das INVs à internacionalização.

Valores como aprendizado contínuo, criatividade, colaboração e foco no cliente têm impactos positivos nesse processo de internacionalização. E ainda, diferentes dimensões da orientação de mercado, como orientação ao cliente, orientação aos concorrentes e coordenação interfuncional, têm influência positiva no desempenho de exportação das INVs.

Redes, tanto formais quanto informais, desempenham um papel crucial no suporte à internacionalização das INVs, facilitando o acesso a conhecimentos, recursos e oportunidades no exterior. As INVs seguem diferentes padrões de internacionalização, dependendo de fatores como setor e contexto institucional do país de origem. Algumas seguem um modelo mais gradual, enquanto outras se internacionalizam de forma mais rápida.

A capacidade de aprendizado e reconfiguração dinâmica das INVs, juntamente com sua orientação empreendedora e habilidades de marketing, influenciam positivamente o desempenho de suas operações no exterior. As decisões de internacionalização das INVs são influenciadas por lógicas tanto causais quanto efetuais, e a empresa pode alternar entre essas lógicas ao longo do tempo, dependendo da situação.

A partir das leituras e da análise bibliométrica foi possível ainda construir o *framework* a seguir, que apresenta os principais fatores e dimensões associados ao processo de internacionalização de empresas internacionais emergentes (INVs), de acordo com os achados dos estudos revisados.

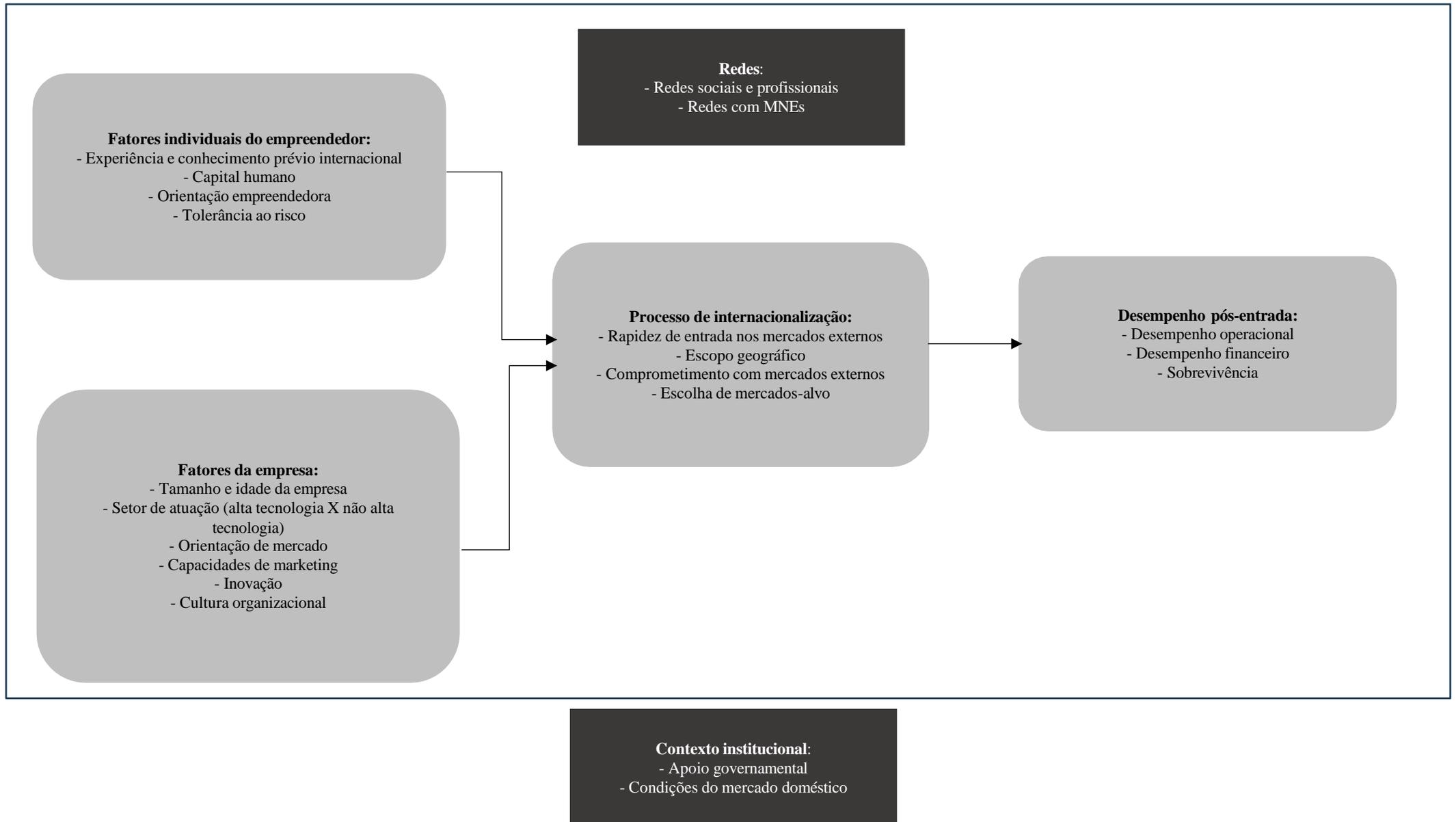


Figura 24: *Framework*

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

O processo de internacionalização das empresas internacionais emergentes (INVs) é influenciado por uma variedade de fatores individuais, organizacionais, contextuais e relacionais. Individualmente, a experiência internacional e conhecimento prévio, o capital humano, a orientação empreendedora e a tolerância ao risco dos empreendedores desempenham papéis cruciais.

A estrutura da empresa, incluindo seu tamanho, idade, setor de atuação, orientação de mercado, capacidades de marketing, inovação e cultura organizacional, molda sua abordagem para entrar em mercados externos. O contexto institucional, como o apoio governamental e as condições do mercado doméstico, bem como as redes sociais e profissionais, incluindo aquelas com empresas multinacionais (MNEs), desempenham um papel importante no suporte à internacionalização.

O processo de internacionalização envolve considerações sobre a rapidez de entrada nos mercados externos, o escopo geográfico, o comprometimento com esses mercados e a seleção de mercados-alvo. O desempenho pós-entrada, medido por indicadores operacionais, financeiros e de sobrevivência, reflete o sucesso da internacionalização. Fatores moderadores, como o setor industrial e o contexto de mercado (emergente/desenvolvido), moldam e influenciam esses processos e resultados. Esses elementos constituem um framework abrangente para compreender o processo de internacionalização das INVs.

A pesquisa enfatiza a importância das experiências individuais e de equipe, a aplicação de processos de efetivação e a influência de diferentes estratégias organizacionais no crescimento e na inovação internacionais. Além disso, os estudos destacam as complexidades, os desafios e as oportunidades enfrentados pelas empresas em seus processos de internacionalização, fornecendo percepções para os formuladores de políticas e profissionais da área de empreendedorismo internacional.

5 PROPOSTA DE UMA AGENDA DE PESQUISAS

A última parte desta tese oferece a oportunidade de propor uma agenda de pesquisas que não apenas sintetize os achados da pesquisa realizada, mas também aponte para futuras direções de investigação. Neste contexto, é apresentada uma proposta de uma agenda de pesquisas que emerge das descobertas deste estudo e que poderá enriquecer e expandir a compreensão do campo.

- Estudo qualitativo, com abordagem de estudo de caso, averiguando as principais motivações para empreendedores de *startups* e *Born Globals* buscarem a internacionalização;
- Mapeamento das tendências de internacionalização pós-pandemia: explorar como eventos globais, como a pandemia de COVID-19, influenciam as estratégias de internacionalização, identificando as adaptações e inovações necessárias para enfrentar futuros desafios;
- Avaliação do crescimento das *startups* em comparação com os *layoffs*⁷ que vem acontecendo no setor;
- A influência da narrativa organizacional na internacionalização: analisar como a narrativa organizacional impacta a percepção externa e a tomada de decisões durante os processos de internacionalização, explorando como as histórias contadas pelas empresas influenciam *stakeholders*;

⁷ O *layoff* é uma estratégia que suspende o contrato de trabalho de um colaborador por um período de inatividade, sendo regulamentado pelo artigo 476-A da CLT.

- Avaliação do papel da liderança na internacionalização: examinar como os estilos de liderança influenciam o processo de internacionalização, destacando a importância da liderança adaptativa e estratégica em contextos internacionais dinâmicos;
- Análise longitudinal da internacionalização de empresas emergentes: realizar estudos de caso longitudinais para acompanhar a evolução da internacionalização de empresas emergentes ao longo do tempo, identificando padrões, desafios e fatores críticos de sucesso;
- Aprofundamento na dinâmica de redes de colaboração internacional: investigar como as redes de colaboração internacional influenciam a inovação e a competitividade, explorando estratégias eficazes para a formação e gestão dessas redes em diferentes contextos e setores;
- Integração de tecnologia e sustentabilidade na internacionalização: examinar como as empresas podem integrar tecnologia e práticas sustentáveis em seus processos de internacionalização, avaliando o impacto dessa integração nas operações e na percepção de valor pelos *stakeholders*;
- Estratégias de internacionalização para PMEs em economias emergentes: investigar estratégias específicas que possam fortalecer a internacionalização de pequenas e médias empresas em economias emergentes, considerando os desafios particulares desses contextos.

Essa proposta de agenda de pesquisas busca estabelecer um roteiro para futuras investigações que possam ampliar e aprimorar o entendimento sobre a internacionalização de empresas. Ao proporcionar insights para áreas ainda não totalmente exploradas, essa agenda visa contribuir para o avanço contínuo do conhecimento no campo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo central desta tese consistiu em realizar uma análise abrangente e sistemática da literatura existente sobre empresas *Born Globals*, por meio de uma abordagem bibliométrica. O propósito principal foi identificar as principais tendências de pesquisa, formando o estado da arte sobre o tema. A intenção subjacente foi proporcionar uma compreensão aprofundada do estado atual do conhecimento nessa área específica, com o intuito de fornecer uma base sólida para a tomada de decisões informadas por parte de *startups* e outros interessados no âmbito da internacionalização de empresas emergentes.

A pesquisa bibliométrica e a utilização de indicadores na produção científica têm sido objeto de estudo e pesquisa por diversos autores e inúmeras discussões têm emergido na comunidade científica global, fornecendo uma base valiosa que contribui para as pesquisas realizadas no Brasil. No entanto, reconhece-se a necessidade de desenvolver indicadores e metodologias adaptadas à realidade nacional, visto que foi possível notar uma baixa participação de autores brasileiros em pesquisas sobre o tema.

Este estudo teve como objetivo analisar as lacunas existentes na literatura sobre *Born Global*, buscando compreender a evolução temática desse fenômeno desde suas origens até os dias atuais. A pesquisa explorou a trajetória e evolução dos artigos científicos, as distribuições de frequência da autoria desses artigos, o número de publicações por periódico em determinadas áreas temáticas, o impacto em termos de citações, as distribuições de frequência do vocabulário de textos, o número de publicações por autor, revista, instituição ou tema, além de analisar publicações com autores de diferentes países e instituições. Também foi investigado o impacto dos artigos, periódicos e pesquisadores com base no número de citações recebidas.

Ao preencher uma lacuna de conhecimento por meio da apresentação de uma visão abrangente e atualizada do estado da arte sobre o fenômeno das *Born Globals*, a pesquisa orientou sobre lacunas e temas emergentes para direcionar pesquisas futuras e isso potencialmente expande o entendimento sobre o tema.

Por fim, contribui para a produção científica brasileira ao abordar um tema relevante e pouco explorado por pesquisadores nacionais. Em resumo, essa pesquisa impulsiona o avanço

do estado da arte sobre o tema por meio de análises bibliométricas, identificando tendências e oportunidades para novas investigações na área.

A análise bibliométrica destaca um contínuo interesse por parte dos pesquisadores em compartilhar suas investigações sobre o fenômeno "*Born Global*". Embora tenha havido uma diminuição nos anos subsequentes devido à pandemia de Covid-19, estudos recentes enfatizam a necessidade de expandir essa linha de pesquisa, especialmente para explorar as implicações das tecnologias digitais e da digitalização. Prevê-se que essa mudança terá impactos nas cadeias de valor globais, tanto para grandes empresas multinacionais quanto para aquelas com uma orientação global desde sua fundação, incluindo empresas digitais ou que passam por essa transformação. Essas mudanças têm impulsionado transformações e novas formas de atividades econômicas na era pós-pandêmica em todo o mundo (Kamal, 2020; Srinivasan; Eden, 2021).

A análise ressalta a notável relevância da revista *International Business Review* (IBR) no campo dos negócios internacionais, bem como do periódico mais destacado nesse domínio, o *Journal of International Business Studies*. Destaca-se ainda a influência significativa do pesquisador Gary Knight como uma figura proeminente neste tema.

Entre os artigos que alcançaram maior impacto e adquiriram status de clássicos na área, destacam-se as contribuições de Knight & Cavusgil (2004) e Oviatt & McDougall (2005). A análise revela uma rede intrincada de colaboração entre pesquisadores e instituições acadêmicas, evidenciando o potencial de expansão desse tópico para o cenário digital e sua relevância em diversas nações. No contexto das investigações sobre o *Born Global*, temas frequentemente interconectados incluem capacidades dinâmicas, desempenho e conhecimento, elementos fundamentais e indispensáveis para a compreensão abrangente desse fenômeno.

Outro tema relevante é o papel da tecnologia e da inovação na internacionalização das startups. A capacidade de desenvolver soluções inovadoras e escaláveis é fundamental para conquistar novos mercados e competir globalmente. A literatura destaca a importância de estratégias de proteção da propriedade intelectual e o domínio de tecnologias-chave como facilitadores da internacionalização.

Além disso, a literatura também destaca os desafios específicos enfrentados pelas startups durante o processo de internacionalização, como a obtenção de recursos financeiros, a gestão de equipes internacionais e a superação de barreiras regulatórias e burocráticas em diferentes países.

A criação de bancos de dados que incluem a produção científica nacional, juntamente com informações sobre pesquisadores, instituições e grupos de pesquisa brasileiros, teve início

há alguns anos, e hoje as ferramentas consolidadas estão disponíveis para a comunidade científica e as agências de fomento.

Esta tese de doutorado revelou diversas oportunidades para pesquisas futuras, oferecendo potencial para aprofundar ainda mais a análise do tema. Uma abordagem que pode contribuir significativamente é a realização de uma análise bibliométrica de acoplamento bibliográfico, fundamentada na premissa de que duas publicações que compartilham referências em comum também possuem conteúdo semelhante (Kessler, 1963), simulando, assim, uma retrospectiva (Garfield, 2001).

A essência do acoplamento bibliográfico reside na evidenciação da necessidade de continuidade nos estudos desses recursos. A precisão do acoplamento bibliográfico na representação de uma linha de pesquisa supera a de uma análise de co-citação (Boyack; Klavans, 2010). Essa abordagem permite rastrear a evolução do tópico com base nos artigos e nos pesquisadores renomados na literatura sobre o *Born Global*, como evidenciado por Knight & Cavusgil (2004) e Oviatt & McDougall (2018).

Esta pesquisa bibliométrica sobre internacionalização de *startups*, com foco nas *Born Globals*, é relevante para a sociedade em diversos aspectos. Em primeiro lugar, ela auxilia no desenvolvimento tecnológico e econômico do Brasil ao promover uma ampliação do escopo das startups brasileiras no cenário internacional, potencializando o impacto econômico do país.

Além de sintetizar os principais constructos e dimensões envolvidos nesse processo, destaca-se a importância do fornecimento de um *framework* abrangente e integrativo. Esse *framework* não apenas identifica os fatores influentes, mas também os organiza de maneira estruturada, facilitando sua análise e aplicação em pesquisas e estratégias empresariais.

Ao evidenciar a interação entre fatores individuais, organizacionais, contextuais e relacionais, o *framework* proporciona uma visão holística e aprofundada da internacionalização das INVs, gerando *insights* valiosos para acadêmicos, gestores e formuladores de políticas. Essa abordagem integrativa fortalece a compreensão e a eficácia na condução desse processo complexo no contexto global contemporâneo.

Desta forma, contribui para o fortalecimento do ecossistema empreendedor brasileiro no ambiente globalizado, projetando o potencial do país no cenário internacional. A síntese do conhecimento acadêmico sobre o tema, identificando tendências e áreas que demandam mais pesquisa, favorece o avanço do conhecimento científico e a formação de uma base sólida para futuras investigações. Além disso, pode revelar oportunidades de desenvolver parcerias estratégicas entre empresas e regiões para impulsionar a expansão internacional e promover a colaboração entre diferentes atores do cenário global.

Os resultados dessa pesquisa também podem ser úteis para subsidiar decisões de autoridades governamentais interessadas em fomentar políticas públicas que fortaleçam o empreendedorismo brasileiro no cenário global, contribuindo para um ambiente mais favorável ao desenvolvimento de startups e ao crescimento econômico sustentável do país.

Em suma, esta pesquisa oferece contribuições valiosas tanto para a academia quanto para a sociedade em geral, promovendo aprendizados que auxiliam tanto *startups* quanto formuladores de políticas no fortalecimento do empreendedorismo sustentável no Brasil e sua projeção internacional.

Agora, é imperativo avançar no desenvolvimento de indicadores a partir desses bancos de dados. Portanto, simultaneamente ao aprimoramento das ferramentas de pesquisa, é crucial que o conhecimento nos procedimentos aplicados na pesquisa bibliométrica seja aprofundado pelos pesquisadores brasileiros. Isso permitirá que a área avance e proporcione condições para a proposição de indicadores mais adequados para medir a produtividade científica nacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABSTARTUPSa. **Vocabulário das startups**. 2022. Disponível em: <https://abstartups.com.br/vocabulario-de-startups/>. Acesso em: 01 mai. 2023.

ABSTARTUPSb. **Mapeamento do ecossistema brasileiro de startups**. 2022. Disponível em: <https://abstartups.com.br/mapeamento-de-comunidades/>. Acesso em: 01 mai. 2023.

ANDER-EGG, E. **Introducción a las técnicas de investigación social**: para trabajadores sociales. 1978.

ANDERSON, E.; GATIGNON, H. Modes Of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions. **Journal of International Business Studies**, Fall, 1986.

ARANHA, J. A. S. **Mecanismos de geração de empreendimentos inovadores**: mudança na organização e na dinâmica dos ambientes e o surgimento de novos atores / José Alberto Sampaio Aranha. Brasília, DF: ANPROTEC, 2016. 28 p.: il. – (ANPROTEC – Tendências). Disponível em: <Mecanismos de geração de empreendimentos inovadores [Recurso Eletrônico on-line]: mudança na organização e na dinâmica dos ambientes e o surgimento de novos atores / José Alberto Sampaio Aranha. Brasília>. Acesso em: 06 de mai. 2023.

ARAÚJO, C. A. Bibliometria: Evolução Histórica e Questões Atuais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-32, jan./jun. 2006.

ARAÚJO, R. M.; AZEVEDO, A. K.; VIEIRA, L. L.; NASCIMENTO, T. C. Periódicos em ação: um estudo exploratório-bibliométrico na área de Administração, Ciências Contábeis e Turismo, **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.19, n.1, p.90-114, jan./mar. 2014.

ARBIX, G.; SALERNO, M. S.; DE NEGRI, J. A. **Internacionalização gera emprego de qualidade e melhora a competitividade das firmas brasileiras**. In: SALERNO, M. S.; DE

NEGRI, J. A. (coord.). Inovação, padrões tecnológicos e desempenho das firmas industriais brasileiras. Brasília: Ipea, 2005, cap. 5.

BAIN, J. S. **Industrial organization**. [S.1]: Wiley & Sons, 1959.

BARNEY, J. **Gaining and Sustaining Competitive Advantage**. 4th Edition. 2011.

BARNEY, J. B; HESTERLY, W. S. **Administração Estratégica e Vantagem Competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017. Acesso em: 02 mar. 2022.

BENCKE, F. F.; DORION, E. C. H.; OLEA, P. M.; PRODANOV, C. C.; LAZZAROTTI, F.; ROLDAN, L. B. **A Tríplice Hélice e a Construção de Ambientes de Inovação**: o caso da incubadora tecnológica de Luzerna/SC. Editora Unijuí: Desenvolvimento em Questão, ano 16, .43, abr./jun., 2018.

BHAGWATI, J. **Em defesa da globalização**. São Paulo: Campus, 2004.

BOGAERT, J; ROUSSEAU, R; VAN HECKE, P. Percolation as a model for informetric distributions: fragmente size distribution characterized by Bradford curves. **Scientometrics**, 2000, v. 47, p. 195-206. Disponível em: <https://doi.org/10.1023/A:1005678707987>. Acesso em: 20 nov. 2023.

BORINI, F. M.; RIBEIRO, F. C. F.; COELHO, F. P.; PROENÇA, E. R. O prisma da internacionalização: um estudo de caso. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 5, n. 3, p. 42-55, 2006.

BOYACK, K. W.; KLAVANS, R. Co-citation analysis, bibliographic coupling, and direct citation: Which citation approach represents the research front most accurately?. **Journal of the American Society for information Science and Technology**, 61(12), 2389-2404, 2010.

BRITO, C. M.; LORGA, S. **Marketing Internacional**. Porto: Sociedade Portuguesa de Inovação, 1999.

BUCKLEY, P.; CASSON, M. **The future of the multinational enterprise**. London: Macmillan, 1976.

BUCKLEY, P. J. Problems and developments in the core theory os international business. **Journal of International Business Studies**. [S.1.], v.21, n.4, 4th quarter, 1990.

BUCKLEY, P. J.; CASSON, M. **The future of the multinational enterprise: 25th anniversary**. 2nd ed. New York: Palgrave Macmillan, 2002.

CANALS, J. **La internacionalización de la empresa**. Cómo evaluar la penetración en mercados exteriores. Madrid: Mc Graw-Hill, 1994.

CAPES. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. **Programa disponibiliza R\$ 300 milhões para apoio a projetos de internacionalização**. Brasília, DF, 2017b. Disponível em: <https://capes.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/8630-programa-disponibiliza-r-300-milhoes-para-apoio-a-projetos-de-internacionalizacao>. Acesso em: 01 dezv. 2021.

CAPES. COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR. **Relatório do Qualis Periódicos**. Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo - ano 2019. Brasília (DF), 2019.

CANTO, J. T. L. **Os determinantes da performance de exportação de empresas Born Global em Portugal**. 2013. 142 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2013.

CARDOSO, R. L.; MENDONÇA NETO, O. R.; RICCIO, E. L.; SAKATA, M.C. G. Pesquisa Científica em Contabilidade entre 1990 e 2003. **Revista de Administração de Empresas – RAE**, v.43, n.2, Junho, 2005.

CARLSON, S. How foreign is foreign trade: a problem in international business research. Uppsala: Uppsala. **University Press**, 1975.

CASILLAS, J. C.; BARBERO, J. L.; SAPIENZA, H. J. Knowledge acquisition, learning, and the initial pace of internationalization. **International Business Review**, Elsevier, vol. 24(1), pages 102-114, 2015.

CAVUSGIL, S. T. On the internationalization process of firms. **European Research**, 8(6), 273-281, 1980.

CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, R. J. **Negócios Internacionais: Estratégia, gestão e novas Realidades**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

CERTO, S.; PETER, P. **Administração estratégica: planejamento e implementação da estratégia**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica** – 4ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

CESINGER, B., FINK, M.; MADSEN, T. K; KRAUS, S. Rapidly Internationalizing Ventures: How Definitions can Bridge the Gap across, **Contexts. Management Decision**, 2012, 50 (10):1816–42.

CIGNACCO, B. R. **Fundamentos de Comércio Internacional para Pequenas e Médias Empresas**. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

COASE, R. **The nature of the firm**. *Econômica*, v. 4, p. 396-405, 1937.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração**. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CÓRDOBA, G. M. V.; RODENES, M.; RUEDA, G.E. Efectos del uso de la competitividad como estrategia en las empresas exportadoras: situación actual. **Equidad y Desarrollo**, (30), 173-194, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.19052/ed.4214>>.

COSTA, A. J. D.; SANTOS, E. R. S. **Estratégias e Negócios das Empresas Diante da Internacionalização**. Curitiba: Editora IBPEX, 2011.

CRUZ, A. P. C. D. et al. Redes de cooperação entre pesquisadores no congresso USP de controladoria e contabilidade: uma análise retrospectiva do período 2001-2009. In: **CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE**, 10., 2010, São Paulo. Anais... São Paulo: Universidade de São Paulo, 2010.

CZINKOTA, M. R.; RONKAINEN, I. A. **Marketing internacional**. São Paulo: Cengage Learning, 2008

DALLA COSTA, A. J. A importância da logística no varejo brasileiro: o caso do Pão de Açúcar. **Cadernos da Escola de Negócios da Unibrasil**. Curitiba: Unibrasil, n° 2, Jan/Jun. p. 65-84,2004.

DETHINE, B.; ENJOLRAS, M.; MONTICOLO, D. Digitalization and SMEs' export management: Impacts on resources and capabilities. **Technology Innovation Management Review**, 10(4):18-34, 2020. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.22215/timreview/1344>>.

DIB, L. A.; ROCHA, A. Internacionalização precoce versus internacionalização gradual: um estudo sobre born globals na indústria brasileira de software. In: **ENCONTRO DA ANPAD**, 32, 2008, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. 1 CD-ROM.

DUNNING, J. Trade, location of economic activity and the MNE: A search for an eclectic approach, in Ohlin, B.; Hesselborn, P.; Wijkman, P. (Eds.) **The International Allocation of Economic Activity**, London: Macmillan, 395-418, 1977.

DUNNING, J. The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. **Journal of International Business Studies**, 19(1), 1-31, 1988.

DUNNING, J. H.; NARULA, R. **The investment development path revisited: some emerging issues**. In: DUNNING, J. H.; NARULA, R. (Eds.) *Foreign Direct Investment and Governments: Catalysts for Economic Restructuring*. London/New York: Routledge, 1996. p. 1-41.

DYMENT, J. J. Strategies and management controls for global corporations. **Journal Business Strategy**, Vol. 7, Iss 4, pp. 20-26, 1987.

ELSEVIER. **Scopus**. Disponível em: <<http://www.scopus.com/home.url>>. Acesso em: 09 dez. 2023.

FERREIRA, M., PINTO, C.; SERRA, F. The transaction costs theory in international business research: a bibliometric study over three decades. **Scientometrics**, v. 98, n. 3, p. 1899-1922, 2014.

FETCHERIN, M.; D. HEINRICH. “Consumer Brand Relationships Research: A Bibliometric Citation Meta-analysis.” **Journal of Business Research** , 2016, 68 (2):380–90.

FIANI, R. **Cooperação e conflito**: instituições e desenvolvimento econômico. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

FILIPESCU, D. A.; RIALP, A.; RIALP, J. Internationalisation and technological innovation: empirical evidence on their mutual relationship. In: SINKOVICS, R. R.; GHAURI, P. N. (ed.). **New challenges to international marketing**. Bingley, UK: **Emerald Group Publishing Limited**, 2009, p. 125-154. (Advances in International Marketing, v. 20).

FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. Estratégias competitivas e competências essenciais: perspectivas para a internacionalização da indústria no Brasil. **Gestão & Produção**, v. 10, n. 2, p. 129-144, agosto, 2003.

FORD, D. Viewpoint – Distribution, internationalisation and networks: solving old problems, learning new things and forgetting most of them. **Internacional Marketing Review**. [S.l.]: MCB UP, v. 19, n. 3, p. 225-235, 2022. Disponível em: <http://proquest.umi.com/pqdweb>. Acesso em: 02 mar. 2022.

GABRIELSSON, M. Branding strategies of born globals. **Journal of International Entrepreneurship**, 3(3), 199-222, 2005.

GABRIELSSON, M.; KIRPALANI, V. H. M. Born globals: How to reach new business space rapidly. **International Business Review**, 13: 555-571, 2004.

GABRIELSSON, M; PELKONEN, T. Born internationals: Market expansion and business operation mode strategies in the digital media field. **Journal of International Entrepreneurship**, 6: 49-71, 2008.

GABRIELSSON, M.; KIRPALANI, V. H. M.; DIMITRATOS, P.; SOLBERG, C.; ZUCHELLA, A. Born globals: Propositions to help advance the theory. **International Business Review**, 17: 385-401, 2008.

GABRIELSSON, M.; SASI, V.; DARLING, J. Finance strategies of rapidly-growing Finnish SMEs: born internationals and born globals. **European Business Review**, 16(6), 590-604, 2004.

GABRIELSSON, P.; GABRIELSSON, M. A dynamic model of growth phases and survival in international business-to-business new ventures: The moderating effect of decision-making logic. **Industrial Marketing Management**, 42(8), 1357-1373, 2013.

GARCÉS-BAUTISTA, J. L.; LUNA-GONZÁLEZ, M. L.; ESTELLÉS-MIGUEL, S.; PERIS-ORTIZ, M. (2023). One third of a century of Born Globals: bibliometric analysis (1991-2022). **Cuadernos Latinoamericanos de Administración**, 20(38). Disponível em: <<https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v20i38.4296>>.

GARFIELD, E. From bibliographic coupling to co-citation analysis via algorithmic. **A citationist's tribute to Belver C. Griffith**, 2001.

GARFIELD, E. The History and Meaning of the Journal Impact Factor. **JAMA**, v. 295, n. 1, p. 90–93, 4 jan. 2006. Disponível em: <https://tinyurl.com/2p98mpwb>. Acesso em: 24 mar. 2022.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GITAHY, Y. Afinal, o que é uma *startup*? **Revista Exame**. 2016. Disponível em: <<https://exame.com/pme/o-que-e-uma-startup/>>. Acesso em: 15 maio 2023.

GOMES, J. S.; ZOUAIN, D. M; SOUZA, F. C. L. Estratégia de internacionalização de pequenas e medias empresas: análise bibliométrica das produções científicas nacionais e

internacionais dos últimos dez anos. **Revista de Gestão e Secretariado**. São Paulo, SP, Brasil, v.13, n.4, p.2533-2558, 2022.

GOOGLE ACADÊMICO. *Google Scholar Metrics*. 2023. Disponível em: <<https://scholar.google.com.br/intl/pt-BR/scholar/metrics.html#metrics>>. Acesso em: 09 dez. 2023.

GUEDES, V. L. S.; BORSCHIVER, S. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. In: ENCONTRO NACIONAL DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 6., 2005, Salvador. **Anais** [...]. Salvador: ANCIB, 2005. Disponível em: www.cinform.ufba.br/vi_anais/docs/VaniaLSGuedes.pdf Acesso em: 28 nov. 2018.

GUIMARÃES, A. J. R.; BEZERRA, C. A. Gestão de dados: uma abordagem bibliométrica. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.24, n.4, p.171-186, out./dez. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1981-5344/4192>.

HADRYS-NOWAK, A. Family Entrepreneurship Orientation in Family-Owned SMEs: A Key Resource for Internationalization? **Entrepreneurial Business and Economics Review**. Vol. 6. N. 2. 2018.

HEMAIS, C. A.; HILAL, A. Teorias, paradigmas e tendências em negócios internacionais: de Hymer ao empreendedorismo. In: HEMAIS, Carlos, A (Org.). **O desafio de mercados externos: teoria e prática da internacionalização da firma**. V. 1. Coleção Estudos COPPEAD. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

HENDERSON, B. D. In MONTGOMERY, C. A.; PORTER, M. E. **Estratégia: a busca da vantagem competitiva**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

HILAL, A.; HEMAIS, C. A. O processo de internacionalização na ótica da Escola Nórdica: evidências empíricas em empresas brasileiras. **RAC**. [S.1.], v. 7, n. 1, p. 109-124, jan/mar, 2003. Disponível em: www.anpad.org.br. Acesso em 01 mar 2022.

HIRSCH, S. The United States electronic industry in international trade. **National Institute Economic Review**. [S.1], v. 34, p. 92-97, may, 1965.

HYMER, S. **The international operations of national firms**: a study of direct foreign investment. Cambridge, MA: MIT Press, 1960/1976.

HYMER, S. The efficiency (contradictions) of multinational corporations. **The American Economic Review**. Papers and Proceedings of the Eighty-second Annual Meeting of the American Economic Association. [S.1], v. 60, n. 2, p. 441-448, May, 1970. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/pdfplus/1815843.pdf>. Acesso em: 01 de mar. de 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Como obter financiamento para sua startup**. Brasília-DF, 2012. p.5-7. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/customizado/uasf/onde-buscar-credito/micro-e-pequena-empresa/cartilha-startup.pdf> >. Acesso em: 01. Out. 2021.

IBGC. Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. **Você conhece os níveis de internacionalização de empresas?**. Disponível em: <https://www.ibgc.org.br/blog/voce-conhece-niveis-internacionalizacao-empresas>>. Acesso em: 29 dez. 2023.

ISMAIL, S.; MALONE, M. S.; GEEST, Y. V. **Organizações Exponenciais**: por que elas são 10 vezes melhores, mais rápidas e mais baratas que a sua (e o que fazer a respeito); trad. Gerson Yamagami – São Paulo: HSM Editora, 2015.

JARNEVING, B. Bibliographic coupling and its application to research-front and other core documents. **Journal of Informetrics**, v. 1, n. 4, p. 287-307, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.joi.2007.07.004>>. Acesso em: 11 mar. 2021.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. The internationalisation process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitment. **Journal of International Business Studies**, 8, 23-32, 1977.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. E. The mechanism of internationalisation. **International Marketing Review**, v. 7, n.4, p. 11-24, 1990.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. E. **Building a model of firm internationalisation**. In: BLOMSTERMO, A.; SHARMA, D. (Ed) Learning in the internationalisation process of firms. Cheltenham: Edward Elgar, 2003.

JOHANSON, J.; MATTSSON, L. G. **Internationalization in industrial system: a network approach**. In: HOOD, N; VAHLNE, J.-E. (Ed) Strategies in global competition New York: Croom Helm, 1988.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. E. The Mechanism of Internationalisation. **International Marketing Review**, 7(4), 2010.

JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. The Internationalization of the Firm-Four Swedish Cases. **Journal of Management Studies**, 12, 305-322, 1975.

JOHNSON, G.; SCHOLLES, K.; WHITTIGTON, R. Exploring corporate strategy: text & cases. **Pearson education**, 2014.

JIE, S.; HARMS, R.; GROEN, A.J.; JONES, P. Capabilities and Performance of Early Internationalizing Firms: A Systematic Literature Review. **Journal of Small Business Management**. 61(1):1-31.August 2021.

KAMAL, M. M. The triple-edged sword of COVID-19: understanding the use of digital technologies and the impact of productive, disruptive, and destructive nature of the pandemic. **Information systems management**, 37(4), 310-317, 2020.

KEEGAN, W. J.; GREEN, M. C. **Princípios de marketing global**, 1999. São Paulo: Saraiva.

KESSLER, M. M. Bibliographic coupling between scientific papers. **American documentation**, 14(1), 10-25, 1963.

KNIGHT, G.; CAVUSGIL, S. T. The born global firm: a challenge to traditional internationalization theory. **Advances in International Marketing**, JAI Press, 11-26, 1996.

KNIGHT, G.; CAVUSGIL, S. T. Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. **Journal of international business studies**, 35, 124-141, 2004.

KNIGHT, G.; CAVUSGIL, S. T. The Born-global Firm. **Journal of International Business Studies**, 35(2), 124-141, 2005.

KNIGHT, G.; MADSEN, T. K.; SERVAIS, P. An inquiry into born-global firms in Europe and the USA. **International Marketing Review**, 21(6), 645-665, 2004. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/02651330410568060>>.

LACOMBE, F; HEILBORN, G. **Administração: princípios e tendências**. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

LANA, J.; PARYKA, R. B.; ALBERTON, A.; MARCON, R. Caso para ensino: o processo de escolhas metodológicas em uma abordagem quantitativa. **Revista De Contabilidade E Organizações**, 12, 2018. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-6486.rco.2018.148286>.

LANA, R. M. *et al.* Emergência do novo coronavírus (SARS-CoV-2) e o papel de uma vigilância nacional em saúde oportuna e efetiva. **Cad. Saúde Pública** 2020; 36(3):e00019620.

LEITE, Y. V. P.; MORAES, W. F. A. Facetas do risco no empreendedorismo internacional. **Revista de administração contemporânea**. 18 (1), Fev, 2014. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1415-65552014000100007>>. Acesso em: 27 out. 2023.

MACIARIELLO, J. A.; KIRBY, C. J. **Management control systems: using adaptive systems to attain control** [Sistemas de controle gerencial: o emprego de sistemas adaptativos para atingir o controle] (2nd. ed). Upper Saddle River/NJ: Prentice Hall, 1994.

MADEIRA, A. B. **Internacionalização do varejo: um estudo com empresas brasileiras por meio de análise de conteúdo**. [Tese de Doutorado]. São Paulo, Universidade de São Paulo, 2009.

MADSEN, T. K.; SERVAIS, P. The internationalization of born globals: an evolutionary process? **International Business Review**, 6(6), 561-583, 1997.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**: projetos de pesquisa, pesquisa bibliográfica, teses de doutorado, dissertações de mestrado, trabalhos de conclusão de curso. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2021.

MARIANO, A. M.; CRUZ, R. G.; SANTOS, M. R.; FALCÃO, F. S.; MELLO, T. M. Fatores-chave para o sucesso das Born Global: comparação entre a teoria e a prática. **Universitas Relações Internacionais**, Brasília, v. 14, n. 1, p. 89-102, jan./jun. 2016.

MATHEWS, R. C. O. The Economics of institutions and the sources of growth. **The Economic Journal**, London, 96 (384): pp. 903-18, dec. 1996.

MATTHEWS, J. A. Dragon Multinationals: new players in 21st century globalization. **Asia Pacific Journal of Management**, v.23, p.5-7, 2006.

MCDOUGALL, P. P. International versus domestic entrepreneurship: new venture strategic behavior and industry structure. **Journal of Business Venturing**, v. 4, n. 6, p. 387-400, 1989.

MCDOUGALL, P. P.; SHANE, S.; OVIATT, B. M. Explaining the formation of international new ventures: The Limits of theories from International Business Research. **Journal of Business Venturing**, 9 (6), pp. 469-487, 1994.

MCKINSEY & CO. Emerging exporters: Australia's high value-added manufacturing exporters. Melbourne: McKinsey & Company and the Australian Manufacturing Council, 1993.

MCNAUGHTON, R. The number of export markets that a firm serves: process models versus the born-global phenomenon. **Journal of International Entrepreneurship**, 1 (3), 297-311, 2003.

MEDEIROS, J. da S.; CAREGNATO, S. E. Compartilhamento de dados e e-Science: explorando um novo conceito para a comunicação científica | Data sharing and e-Science: exploring a new concept for scientific communication. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 8, n. 2,

2012. DOI: 10.18617/liinc.v8i2.488. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/3368>. Acesso em: 2 jan. 2024.

MÈRCHER, L. **Estratégias de internacionalização**: teorias e práticas. Curitiba: InterSaberes, 2021.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa Social**: Teoria, método e criatividade. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia**: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2010.

MOEN, Ø. The born globals: a new generation of small European exporters. **International marketing review**, 19(2), 156-175, 2002.

MOEN, Ø.; FALAHAT, M.; LEE, Y. Are born global firms really a “new breed” of exporters? Empirical evidence from an emerging market. **Journal of International Entrepreneurship**. 20(1):1-37, 2022. 10.1007/s10843-022-00307-0.

MOEN, Ø.; RIALP, A. European SMEs and the born global concept. In: Suder G, Riviere M, Lindeque J (eds) *The Routledge companion to European business*. Routledge, London, pp 79–90, 2018.

MORENO, B.; MUÑOZ, M.; CUELLAR, J.; DOMANCIC, S.; VILLANUEVA, J. (2018). Revisões Sistemáticas: definição y nociones básicas. **Revista clínica de periodontia, implantología y rehabilitación oral**, 11(3), 184-186. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.4067/S0719-01072018000300184>.

MORT, G. S.; WEERAWARDENA J. **Networking capability and international entrepreneurship**: how networks function in australian Born Global firms. Australia: UQ Business School, University of Queensland, St Lucia, 2006.

MOURA, B. O.; MARINHO, P. L. A influência de fatores macroeconômicos na internacionalização produtiva das empresas brasileiras no período 1995 a 2010 XII **Congresso**

Brasileiro de História Econômica & 13ª Conferência Internacional de História de Empresas. Niterói, 2017.

MULLER, A., VALIKANGAS, L., MERLYN, P. Metrics for innovation: guideline for developing a customized suite for innovation. **Strategy and Leadership**, v.33, n.1, 2005.

OKUBO, Y. **Bibliometric indicators and analysis of research systems:** methods and examples. 1997. Disponível em: <https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/bibliometric-indicators-and-analysis-of-research-systems_208277770603>.

Acesso em: 20 set. 2023.

OLIVEIRA, M. F. S. El concepto del emprendedorismo: ¿todavía un problema?. In: **XXXV Encontro da ANPAD**, Rio de Janeiro, 2011. Anais... Rio de Janeiro: EnAnpad, 2011.

OLIVEIRA, D. P. R. de. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**, 34 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

OMS. MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Brasil confirma primeiro caso da doença.** Disponível em: <[OVIATT, B. M.; MCDUGALL P. P. Toward a Theory of International New ventures. **Journal of International Business Studies**, 25\(1\), 45–64, 1994.](https://www.unasus.gov.br/noticia/coronavirus-brasil-confirma-primeiro-caso-da-doenca#:~:text=Nesta%20quarta%20feira%20(26),resultados%20negativos%20para%20o%20coronav%C3%ADrus.>. Acesso em: 08 jun. 2021.</p>
</div>
<div data-bbox=)

OVIATT, B. M.; MCDUGALL, P. P. Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. **Entrepreneurship Theory & Practice**, v. 29, n. 5, p. 537-553, 2005.

OTLEY, D. Performance management: a framework for management control systems research. **Management Accounting Research**, v. 10, p. 363-382, 1999.

ØYNA, S. ALON, I. A review of born globals. **International Studies of Management and Organization**, Vol. 48 No. 2, pp. 157-180, 2018.

PAGE, M. J.; MCKENZIE, J. E.; BOSSUYT, P. M.; BOUTRON, I.; HOFFMANN, T. C.; MULROW, C. D.; MOHER, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. **BMJ**, 372(71). Disponível em: <<https://doi.org/10.1136/bmj.n71>>.

PAUL, J.; CRIADO, A. R. The art of writing literature review: what do we know and what do we need to know? **Internacional Business Review**, Volume 29, Issue 4, August 2020.

PEREIRA, A. J. P.; GOMES, J. S. Um estudo das estratégias de internacionalização das indústrias farmacêuticas brasileiras. **Revista de Contabilidade e Organizações**, 2017, v. 11, n. 29, p. 68–79. Disponível em: <<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.11606/rco.v11i29.127592>>. Acesso em: 05 dez. 2022.

PINHEIRO, R. et. al. **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado**. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

PORTER, M. E. **The Competitive Advantage of Nations**. Macmillan, London, 1990.

PORTER, M. E. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PORTER, M. E. **The five competitive forces that shape strategy**. Harvard Business Review, v. 86, n. 1, p. 78-93, 2008.

PREECE, S. B.; MILES, G.; BAETZ, M. C. Explaining the International Intensity and Global Diversity of Early- stage Technology-based Firms. **Journal of Business Venturing**, 1999, 14 (3):259–81.

PRITCHARD, A. Statistical bibliography or bibliometricas? **Journal of Documentation**, v. 25, n. 4, p. 348-349. 1969.

RAMAMURTI, R; SINGH, J. Indian multinationals: generic internationalization strategies In: RAMAMURTI, R; SINGH, J. (Eds). *Emerging multinationals in emerging markets*. Oxford: **Oxford University Press**, 2009. p.111-166.

RASMUSSEN, E.S.; MADSEN, T. K.; EVANGELISTA, F. The founding of the Born Global company in Denmark and Australia: sensemaking and networking. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**, Vol. 13 No. 3, pp. 75-107, 2001. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/13555850110764793>>.

RASMUSSEN, E. S.; MADSEN, T. K. The Born Global Concept. **The 28th EIBA Conference 2002**, University of Southern Denmark, Athens, 8-10 December, 2002.

RENNIE, M. W. Born global. **The McKinsey Quarterly**, (4), 45-53, 1993.

RIALP, A. C.; RIALP, J. C.; KNIGHT, G. A. The phenomenon early internationalizing firms: what do we know after a decade (1993 - 2003) of scientific inquiry? **International Business Review**, v. 14, p. 147-166, 2005.

RIBEIRO, F. C. F. **Born Globals Brasileiras**: estudo da internacionalização de empresas de base tecnológica. 2012. 229 f. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

RIBEIRO, P. D. Relação entre internacionalização e inovação nas empresas: um estudo de caso. **Revista do BNDES**, n.46, dezembro, 2016.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e pesquisa. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

RIES, E. **O estilo startup**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.

ROGERS, E. M. **Diffusion of Innovations**. New York: The Free Press, 1983.

_____. **Diffusion of innovation**. 5. ed. New York: The Free Press, 2003.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de Pesquisa**. 5 ed. Porto Alegre: Penso: 2013.

SANCHO, R. Indicadores Bibliometricos Utilizados en la Evaluación de la Ciência y la Tecnologia: revision bibliográfica. **Revista Española de Documentación Científica**, Madrid, v. 13, n. 3-4, p. 842-65, 1990.

SANTOS, R. N. M. dos; KOBASHI, N. Y. Bibliometria, Cientometria, Informetria: Conceitos e Aplicações. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, Brasília, v.2, n.1, p.155-172, Jan./Dez. 2009.

SARATHY, R.; TERPSTRA, V. **International Marketing**, 8 ed. South-Western College Pub, 1991.

SCHIDT, H. A., S. A. ZAHRA, and A. SILLANPää. Scholarly Communities in Entrepreneurship Research: A Co-citation Analysis. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 2006, 30 (3):399–415.

SCHWAB, K. **The fourth industrial revolution**. New York: Crown Business, 2017.

SEBRAE. **Conheça as fases de uma startup**. 2012. Disponível em: <http://surl.li/gswtv>. Acesso em: 01 mai. 2023.

SCHWEIZER, R.; VAHLNE, J.; JOHANSON, J. Internationalization as an entrepreneurial process. **Journal of International Entrepreneurship**, vol. 8, n. 4, p. 343-370, 2010.

SHARMA, D.; BLOMSTERMO, A. The internationalization process of Born Globals: a network view. **International Business Review**, Elsevier, vol. 12(6), pages 739-753, December, 2003.

SILVA, A. A. M. Sobre a possibilidade de interrupção da epidemia pelo coronavírus (COVID-19) com base nas melhores evidências científicas disponíveis. **REV BRAS EPIDEMIOL** 2020; 23: E200021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbepid/a/WGwfG8wpzknNnC9w8vWnRnK/?lang=pt>>. Acesso em 16 de novembro de 2023.

SILVA, J. R. A internacionalização das empresas portuguesas: a experiência brasileira. **RAE**, v. 45, 2005.

SOBRAL, F.; PECCI, A.: **Administração: Teoria e prática no contexto brasileiro**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

SPELL. **Biblioteca eletrônica SPELL**. Disponível em: <<https://www.spell.org.br/>>. Acesso em: 09 dez. 2023.

SPINAK, E. Indicadores cienciométricos. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 27, n.2, p.141-148, maio/ago. 1998.

SRINIVASAN, N.; EDEN, L. Going digital multinationals: Navigating economic and social imperatives in a post-pandemic world. *Journal of International Business Policy*, 4(2), 228-243, 2021.

STARTUPBASE. **Startupbase**. 2023. Disponível em: <https://startupbase.com.br/home/startups>. Acesso em: 13 mar. de 2023.

SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development**. Cambridge, Harvard University. Cidade 1957.

SVENSSON, G.; PAYAN, J. M. Organizations that are International from Inception: Terminology and Research Constellations - Academic Protectionism or Academic Myopia?. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 2009, 16 (3):406–17.

TAURION, Cezar. **Anatomia de uma organização exponencial**. Disponível em <https://www.linkedin.com/pulse/anatomia-de-uma-organiza%C3%A7%C3%A3o-exponencial-cezar-aurion?forceNoSplash=true> Acesso em 01 Out. 2021.

THANUSKODI, S. Journal of Social Sciences: A Bibliometric Study, **Journal of Social Sciences**, 2010, v. 24:2, p. 77- 80, DOI: 10.1080/09718923.2010.11892847.

THIELMANN, R. **A teoria dos custos de transação e as estruturas de governança**: uma análise do caso do setor de suinocultura no Vale do Rio Piranga – MG. X Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2013, Resende. X Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2013.

THOMSON CORPORATION. **Web of Science 7.0**: education program. 2004. 96 p.

TIDD, J.; BESSANT, J. **Gestão da inovação**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

TIGRE, P. B. **Gestão da inovação**: a economia da tecnologia do Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

TREINTA, F. T.; FARIAS FILHO, J. R.; SANT'ANNA, A. P.; RABELO, L. M. Metodologia de pesquisa bibliográfica com a utilização de método multicritério de apoio à decisão. **Production**, São Paulo, v. 24, n. 3. 2014.

URBIZAGÁSTEGUI-ALVARADO, R. ANALIZANDO LOS EDITORIALES DE UN PERIÓDICO PERUANO. *Revista Bibliomar*. São Luís, 21(1), p. 11–29, 2022. Disponível em: <10.18764/2526-6160v21n1.2022.1>.

VAN ECK, N. J., WALTMAN, L. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics* 84, 523–538 (2010). <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>.

VAN LEEUWEN, T. N.; VAN WIJK, E; WOUTERS, P. F. Bibliometric analysis of output and impact based on CRIS data: a case study on the registered output of a Dutch university. *Scientometrics*, v. 106, p. 1-16, 2016. Doi: <https://doi.org/10.1007/s11192-015-1788-y>.

VANTI, N. A. P. Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 31, n. 2, p. 152-162, maio/ago. 2002

VELHO, L. A avaliação do desempenho científico. **Cadernos USP**, São Paulo, n. 1, out. p. 22-40. 1986.

VERGARA, S, C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

VERNON, R. International investment and international trade in the product cycle. **The Quarterly Journal of Economics**. [S.1], v. 80, n. 2, p. 190-207, may, 1966. Disponível em: <http://www.jstor.org>. Acesso em: 01 de mar. de 2022.

VERNON, R. Competition policy toward multinational corporations. **American Economic Review**, Vol. 64, No. 2, pp.276–282, 1974.

VERNON, R. The product cycle hypothesis in a new international environment. **Oxford Bulletin of Economics and Statistics**, Vol. 44, No. 2, pp.255–267, 1979.

VERNON, R. Sovereignty at bay ten years later. **International Organization**, Vol. 35, No. 3, pp.517–529, 1981.

ZAHRA, S. A.; GEORGE, G. Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension. **The Academy of Management Review**. 27. 2002.

ZAHRA, S.A., IRELAND, R. D.; HITT, M. A. International Expansion by New Venture Firms: International Diversity, Mode of Market Entry, Technological Learning, and Performance. **Academy of Management Journal**, 43, 925-950, 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/1556420>.

ZHAO, D.; STROTMANN, A. Evolution of Research Activities and Intellectual Influences in Information Science 1996–2005: Introducing Author Bibliographic-Coupling Analysis. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 59, n. 13, p. 2070-2086, 2008.

ZUCHELLA, A. Born global versus gradually internationalizing firms: an analysis based on the italian case. Proceedings of the European International Business Academy, Atenas, Grécia, 28, 2002.

ZUPIC, I.; ČATER, T. Bibliometric Methods in Management and Organization. **Organizational Research Methods**, v. 18, n. 3, p. 429-472, 2015.

WHITELOCK, J. Theories of internationalisation and their impact on market entry. **International Marketing Review**, 2002, v. 19, n. 4, p. 342–347. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/02651330210435654>. Acesso em: 23 ago. 2022.

WILLIAMSON, O. E. **The economic institutions of capitalism**. New York: Free Press, 1985.

_____. **As instituições econômicas do capitalismo:** firmas, mercados, relações contratuais. São Paulo: Pezco Editora, 2012.

WORD CLOUDS. **Word clouds.** Disponível em: <<https://encurtador.com.br/bfuR9>>. Acesso em: 16 de novembro de 2023.

YIN, R. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

