



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

ESTRATÉGIAS GLOBAIS: EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE INTERNACIONALIZAÇÃO AO FENÔMENO GLOBAL BORN, ABORDAGEM EPISTEMOLÓGICA E PERSPECTIVAS.

Lúcia de fátima Lúcio Gomes da Costa¹
Miguel Eduardo Moreno Añez²

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo fazer uma análise teórica sobre o surgimento das estratégias globais evidenciando os pontos de ruptura da evolução teórica, que parte da própria concepção de estratégia da década de 50, envolve a criação de duas abordagens explicativas sobre estratégias internacionais (anos 60, 70 e 80) e as atuais discussões da pesquisa recente sobre as *global born* ou *born global* –BGs, que são as empresas que já nascem com suas estratégias voltadas para os negócios internacionais (a partir dos anos 90). Para tanto, foi feita uma vasta revisão da literatura a partir dos primórdios das teorias de comércio internacional a pesquisas atuais evidenciando a mudança teórica. Ao final da revisão percebe-se que por mais que o fenômeno tenha evoluído na sua constituição, as dimensões de análise dos primórdios da estratégia organizacional - estrutura, ambiente, tecnologia, recursos e empreendedorismo (CHANDLER, 1962; PENROSE, 1959; SCHUMPTER, 1944) - continuam sendo base para abordagens modernas que envolvem aspectos do empreendedor, capacidades organizacionais e inovação (OVIATT e McDOUGALL, 1994; KNIGHT; CAVUSGIL, 1995). A internacionalização é um conceito em evolução intimamente ligada com o padrão da formação das estratégias organizacionais. Por isso, as dimensões tidas como fundamentais a estratégias respaldam as discussões teóricas do fenômeno.

Palavras-chave: Internacionalização; Evolução conceitual; Estratégias globais; Global borns.

1. Introdução

O atual cenário econômico, caracterizado por turbulências e incertezas, vem acirrando a competição entre as indústrias e pressionado as firmas a se dirigirem a mercados internacionais tornando a mobilidade internacional e a competição por localizações favoráveis mais comuns em países desenvolvidos e em desenvolvimento.

As características organizacionais, tais como a idade da firma, tamanho e experiência são importantes no desenvolvimento estratégico da firma, porém, tão importante quanto elas são os motivos que estimulam a internacionalização, conhecido como motivação internacional. A literatura sobre gestão internacional apresenta pelo menos duas razões para a presença de empresas no mercado estrangeiro: adquirir competitividade e obter experiência gerencial sobre novos negócios e acesso a recursos tecnológicos e inovação. Empresas de países emergentes, por serem economicamente vulneráveis às crises econômicas

¹lucia.lucio@ifrn.edu.br

²anez1951@yahoo.com.br



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

internacionais, tem adotado a decisão de internacionalização, porém, para tanto, é necessário superar vários desafios, como a manutenção da firma no exterior.

A perspectiva estratégica, de um modo geral, subentende a formação de vários tipos de estratégias, deliberadas e emergentes. As deliberadas são marcadas pela presença da alta administração na formalização e controle do planejamento estratégico, enquanto as emergentes são estabelecidas pela aprendizagem, diálogo da alta gerência com atores organizacionais internos e externos, e incentivos a atividades empreendedoras.

Os processos de formação estratégica, tanto deliberados quanto emergentes, fazem parte das decisões de entrada e de desenvolvimento em mercados internacionais e tem oportunizado a geração de muitos estudos voltados para estratégias internacionais (OLIVEIRA, 2008; KIM, 2007). Entende-se que processos dessa natureza se concretizam com a escolha de diversas estratégias de entrada no mercado internacional (ROOT, 1994; BUCKLEY; CASSON, 1979), as quais variam em função do nível de comprometimento de recursos e da complexidade inerentes às operações internacionais.

O processo estratégico internacional não depende apenas de especificidades do mercado, de vantagens específicas da firma, ou de um arranjo de fatores que se manifestam segundo critérios objetivos de decisão de escolha dos modos de entrada. A implementação unilateral pelo entrante no mercado estrangeiro, não o garante que a firma possa obter sucesso no mercado internacional, haja vista que a decisão por uma dessas vantagens comparativas poderá comprometer o êxito em função de outra (HONÓRIO, 2009). O processo inclui também a escolha de relacionamentos que lhes produza maior vantagem a acessos a recursos valiosos em toda sua cadeia de clientes, fornecedores, distribuidores e agências governamentais (JOHANSON; MATTSSON, 1988; ROOT, 1994).

Mesmo diante de muitas abordagens diferentes, entende-se que o processo estratégico internacional seja determinado por características organizacionais específicas e que o conjunto dessas perspectivas se revela como um importante influenciador do grau em que se encontra a extensão das operações internacionais, usualmente avaliado por meio de indicadores financeiros e operacionais (PREVIDELLI, 1997; HONÓRIO, 2009). Nesse sentido, o grau de internacionalização pode ser considerado um atributo que identifica a situação em que se encontra o processo de expansão internacional em termos do crescimento e de criação de valor percebido pela firma em relação às operações que desenvolve no mercado externo. Significa dizer que, à medida que as atividades internacionais vão se expandindo, o grau de internacionalização se modifica e aprimora em termos financeiros e de negócios efetivados no exterior, oportunizando a ampliação do escopo geográfico onde eles se concentram. Isso se justifica pelo desenvolvimento de *know-how* do negócio e pela reestruturação de competências empresariais (KOGUT, 2002).

Estudos recentes tem apresentado uma nova perspectiva acerca do fenômeno da internacionalização. A partir da década de 90, observou-se um movimento crescente de empresas que se internacionalizavam cada vez mais cedo ou que já nasciam realizando negócios internacionais, as chamadas empresas *born global*. Nesse sentido, percebe-se a evolução e a mudança de paradigma das estratégias organizacionais e até do próprio conceito de internacionalização (OVIATT e McDOUGAL, 1994; KNIGHT e CAVUSGIL, 2004)

Tendo essa perspectiva teórica em vista, o presente artigo visa explicar aspectos



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

relativos à construção do conceito do fenômeno organizacional internacionalização através de uma perspectiva histórica, contextual e teórica que balizaram a atual evolução do conceito e na elaboração de novos conhecimentos na área.

Para tanto, o artigo está dividido na presente introdução mais quatro subseções, as quais apresentam primeiro a quebra com as teorias econômicas, que remonta o momento de ruptura entre a escola de economia clássica para os primeiros ensaios sobre estratégia organizacional em administração, que foi o primeiro pilar do processo de internacionalização. Em seguida, a evolução do conceito dos anos 60 aos anos 80 é discutida, assim como as abordagens comportamentais e econômicas do fenômeno. Na seção seguinte, discute-se a evolução conceitual do fenômeno em sua concepção, as *global borns* – BGs, seguida da análise da pesquisa recente em âmbito nacional e internacional. Por fim, são apresentadas as considerações finais.

2. Quebra com as teorias econômicas: estratégia organizacional como primeiro pilar da internacionalização

O fenômeno da internacionalização é uma discussão a qual se remete aos preceitos da teoria do comércio internacional, que surgiu da necessidade de explicação das trocas internacionais. Remonta aos autores clássicos, com realce para as construções de Adam Smith e David Ricardo, o desenvolvimento de uma análise de generalização a qualquer país, assim se contrapondo às concepções protecionistas dos mercantilistas de uma teoria do comércio internacional de validade universal.

Riqueza das Nações de Adam Smith, em 1776, apresentou um pensamento formal onde o mercantilismo consistiu numa coleção de atitudes similares em relação à atividade econômica doméstica e ao papel do comércio internacional.

Os mercantilistas preocupavam-se com a acumulação de metais monetários – ouro e prata –, que associavam à ideia de riqueza do país. Uma vez que a oferta de ouro era relativamente fixa, acreditavam que um país poderia aumentar o seu estoque de metais monetários à custa dos demais. Para o efeito bastaria: aumentar as exportações – que deveriam ser encorajadas através de subsídios e diminuir as importações – que deveriam ser desencorajadas mediante a aplicação de tarifas. Em suma, consideravam que o comércio internacional tinha ganhos de soma nula, dito de outro modo, um país ganha à custa do outro.

É com o advento do liberalismo econômico que se começa a autonomizar e desenvolver a teoria do comércio internacional. O liberalismo vai procurar, desde a sua origem, edificar uma teoria da especialização internacional envolvendo três pontos: a) a explicação das condições que determinam a especialização internacional; b) evidência das vantagens, retiradas por cada nação, de uma especialização ótima; c) definição das normas de uma política econômica desejável (o livre câmbio / a livre troca).

As teorias da economia clássica acerca dos modelos de comércio internacional desenvolviam modelagens limitadoras, uma vez que as variáveis de análise envolviam questões mutuamente excludentes, como um único produto chefe de produção e o fator trabalho como determinante para a manutenção da vantagem comparativa das nações.



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

Muitos estudos teóricos da administração apresenta claramente seu ponto de ruptura com as suas áreas de origem através das descobertas feitas acerca dos fenômenos organizacionais. É o caso de Penrose (1959), Chandler (1962) e Schumpeter (1944), que em suas pesquisas em áreas distintas da administração (ciências sociais e ciências econômicas) observaram que seus objetos de estudos não poderiam mais ser lidos na mesma perspectiva teórica desenvolvidas pelos seus pressupostos teóricos.

A teoria do crescimento da firma de Edith Penrose desenvolvida na década de 50 é um marco na divisão dos estudos organizacionais e uma das fortes bases de várias teorias modernas, dentre elas a teoria baseada em recursos. Dentre várias contribuições observadas pela autora em sua obra, destaca-se a capacidade de desenvolvimento do equilíbrio econômico, que pode ser potencializada pela capacidade competitiva e produtiva da organização. Dito de outro modo, a organização, dependendo do esforço produtivo e econômico empreendido, é capaz de desenvolver estratégias que podem definir o padrão competitivo da nação não estando refém das vantagens comparativas das nações, uma vez que a força competitiva baseada no gerenciamento dos recursos poderia promover vantagens.

Diferente da teoria microeconômica neoclássica, Penrose defendia que a firma tem a capacidade de influenciar a estrutura de Mercado através da gestão de recursos.

A teoria do crescimento da firma, além de romper com alguns preceitos teóricos das ciências econômicas, também se apresenta como um ponto de ruptura (Kuhn, 1961) para uma nova perspectiva teórica da administração, uma vez que a teoria contingencial da administração também se apresenta como uma nova perspectiva analítica sobre a firma e, assim como Penrose (1959) e Chandler (1962), escreve acerca da estrutura organizacional e seu poder de influência sobre o Mercado, pautado na tecnologia e nos arranjos estratégicos.

Além de classificar os tipos de organizações segundo a sua estrutura, Chandler, como precursor da teoria contingencial, defendia a ideia de que a estratégia definia o padrão da estrutura organizacional e a relação com o ambiente (tarefa e mercado), que define o padrão de influência que seria exercida pela organização.

Apesar de desenvolver estudos nas ciências sociais, Chandler se viu identificado pelos fenômenos organizacionais, e, por essa razão, sua pesquisa não teve destaque em sua área de origem e serviu de grande influência para administração.

Na ciência da administração sua contribuição também se apresenta como divisor de águas, uma vez que, até então as teorias administrativas que partiram em sua conceituação clássica até a abordagem sistêmica, mantiveram seus esforços voltados para os limites internos da firma, e é a partir da teoria contingencial da estrutura da firma que se observa o auto grau de dependência que esta tem sobre o mercado. A firma também pode exercer influência sobre a estrutura do mercado através da inovação tecnológica, corroborando para o que foi apresentado por Edith Penrose.

Em concordância com Penrose, Schumpeter também apresentou concepções próprias em relação a alguns pontos da análise econômica, o que o distingue dos demais neoclássicos, como, por exemplo, a questão da soberania do consumidor, dos determinantes do investimento e poupança (juros, lucros, salários), etc. Todavia, o que mais o distingue de seus colegas neoclássicos é a sua visão mais "geral" do processo de desenvolvimento, bem como o fato de ter sido o primeiro neoclássico a tentar uma explicação para o processo da variação



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

econômica.

Do ponto de vista econômico, o meio ambiente especifica as regras dos jogos institucionais que devem ser observadas na alocação e distribuição. Isso indica, por exemplo, se a economia é principalmente competitiva ou monopolista, capitalista ou socialista.

Os economistas neoclássicos, tanto os anteriores quanto os contemporâneos de Schumpeter, não encaravam diretamente o problema do desenvolvimento econômico. Para a compreensão do mecanismo da variação econômica, é preciso visualizar primeiro o que Schumpeter chama de empresário, inovação e capital. O empresário é o que promove inovações no processo produtivo. O desenvolvimento é um processo gradual e harmonioso, no mundo schumpeteriano, ele se processa "aos saltos" de forma desarmoniosa, onde prevalece um elevado grau de riscos de incertezas. Assim, a ação de investir não é tarefa para um homem comum. É preciso que se tenha nestas condições um tipo de indivíduo especial, o empresário, que seja capaz de perceber as oportunidades de realizar negócios rentáveis.

Aspectos cognitivos e de identidade com a atividade empreendedora é o que define aspectos relativos a questões de cunho comportamental, que definiriam o êxito da organização liderada por esse empresário.

Mais uma vez há uma quebra significativa com os preceitos econômicos, colocando na mão do formulador de estratégias a condição para a mudança do *status quo* e na intervenção na economia de uma forma geral.

Orquestrados por essas três vertentes teóricas apoiadas pelos seus pressupostos de base, percebe-se o primeiro momento de ruptura clara com as teorias do comércio internacional, que passa a ter como forma de análise a firma e seus aspectos relativos aos seus recursos raros e sua forma de gerir segundo a inovação tecnológica. Esta última é oriunda da interação com o mercado e com os aspectos cognitivos e comportamentais, que estabelecem a condição diferenciada da figura do empreendedor. Dito de outro modo, a teoria do crescimento da firma, a teoria da estrutura contingencial e a teoria do desenvolvimento econômico podem ser consideradas uma mudança no paradigma dos estudos econômicos a partir da década de 50.

3. Evolução do conceito: das abordagens comportamentais e econômicas sobre o fenômeno internacionalização á atual global born

As décadas de 60, 70 e 80 foram marcadas por produções de abordagens da internacionalização econômicas e comportamentais. Essas abordagens por sua vez dão sequência a um estudo que tem como objeto de análise a organização.

As teorias econômicas basicamente remontavam discussões do ponto de vista quantitativo de como as organizações logravam êxito no processo de internacionalização, que é o caso das pesquisas de Vernon (1966), Hymer (1976), Buckley e Casson (1979) e Dunning (1980).

Vernon (1966) buscou analisar o processo de internacionalização da firma através do ciclo de vida do produto. Para o autor, dependendo do nível de maturidade da indústria, o processo de importação seguido por produção, amadurecimento do produto e exportação, ocorre de forma mais rápida.



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

A pesquisa empreendida por Hymer (1976), a Teoria da Vantagem Monopolista, argumenta que as empresas multinacionais existem por serem fontes de superioridade sobre empresas estrangeiras em seus próprios mercados. Argumento esse que impulsiona a internacionalização, pois é baseado no pressuposto de que a utilização dessas vantagens monopolistas em mercados externos terá um pequeno custo adicional em relação aos custos do mercado doméstico.

Segundo o autor, as vantagens monopolistas das empresas multinacionais agregam os recursos intangíveis das organizações como: tecnologia, patentes, marcas, recursos humanos, entre outros. Esses recursos estão ligados diretamente ao desenvolvimento de um conhecimento superior, que por sua vez, pode ser transferido para o exterior com baixos custos.

Bucley e Casson (1979) são uma das grandes referências na área e se destacam por explicar e prever os métodos de atendimento do mercado das empresas multinacionais. Para eles, um mercado nacional pode ser atendido de quatro maneiras principais: através de empresas domésticas, de subsidiárias de multinacionais, de empresas nacionais que comercializam produtos importados e por importação direta de multinacionais.

O Paradigma eclético de Dunning é uma tentativa de também envolver aspectos comportamentais a sua teoria, por essa razão é considerado “eclético”. No entanto, a ênfase dada ao seu estudo é categoricamente econômica e se destaca principalmente por compreender a localização como uma variável de destaque para o processo de internacionalização. Na pesquisa de Dunning (1980), as variáveis observadas têm significância em relação à internacionalização de empresas americanas e o potencial exportador tem maior importância para países menos desenvolvidos. Além da localização, o estudo também observa características específicas da empresa.

De uma forma geral, analisando as abordagens modernas da internacionalização de empresas, esses estudos de cunho econômico estão voltados para dimensões de análise da perspectiva interna da organização semelhante à teoria baseada em recursos, principalmente a recursos tangíveis como os aspectos de estrutura organizacional.

A abordagem comportamental é contemplada pelas pesquisas de Johanson e Vahlne (1977); Hallén e Wiedersheim-Paul (1979) e CZINKOTA. M. R.(1985). A Escola de Upsalla, conhecida pelos estudos sobre internacionalização, apresentou a pesquisa de Johanson e Vahlne acerca do gradualismo do processo de internacionalização. Para os autores, a internacionalização é um fenômeno gradual que assume basicamente quatro estágios: exportação indireta, exportação direta, *joint venture* internacional e investimento direto no país estrangeiro – IDE. Esse processo está diretamente relacionado com o nível de confiança desenvolvido pela empresa à medida que aumenta seu nível de comprometimento com o mercado internacional.

Hallén e Wiedersheim-Paul (1979) desenvolveram estudos acerca da distância entre compradores e vendedores envolvendo aspectos geográficos que tem consequência na distância psíquica dos indivíduos.

A pesquisa de CZINKOTA. M. R.(1985) analisa o processo de internacionalização através de estratégias incrementais de inovação. O modelo se propõe a observar as características da firma através das características pessoais dos executivos, demonstrando que



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

incrementos de investimentos às exportações se dariam em função da percepção sobre esse indivíduo dos resultados auferidos no mercado internacional.

Essas abordagens tentam explicar o fenômeno da internacionalização observando as mudanças no cenário internacional, sobretudo no padrão dos meios de comunicação e na redução dos custos logísticos, fruto também do avanço tecnológico nos meios de transporte.

A partir dos anos 90 observa-se uma nova tendência de mudança no padrão do fenômeno internacionalização. Em virtude do movimento frenético dos mercados, fruto das mudanças históricas de aberturas dos portos de muitos países que saía de uma visão do mundo Bipolar que ainda se ventilava no pós Guerra-fria, se observou uma tendência à modernização das indústrias e uma maior globalização econômica.

Em consequência dessa maior dinâmica, a indústria passa a se modernizar e a propor um modelo de competição ainda mais acirrado, resultando na mudança paradigmática no conceito de internacionalização conhecida como o fenômeno das *born global*, as empresas nascidas já internacionalizadas que apresentam seus projetos a partir de decisões estratégicas desde seu nascedouro. Uma pesquisa clássica sobre esse movimento é o estudo empreendido por Oviatt e McDougall (1994).

As *born global* ou *global born* ou ainda estratégias globais, são terminologias de abordagens teóricas que buscam descrever a internacionalização como fenômeno organizacional que passa a fazer parte da base estratégica, assim como outras unidades de análise dos negócios organizacionais. Dito de outro modo, os negócios organizacionais não são mais uma divisão das estratégias da empresa e sim parte contida na própria estratégia organizacional.

Com o advento da inovação tecnológica e pessoas capacitadas para desenvolver negociações internacionais, apoiadas pelo desenvolvimento do conhecimento nas organizações, foi oportunizado um espaço para a mudança da concepção das multinacionais, que até a década de 90, eram vistas como firmas domésticas grandes e maduras.

Os meios de comunicação cada vez mais sofisticados, não só nos mercados de capitais (que até então apresentava certa velocidade em comunicação), mas também para rotina das empresas, trouxe a possibilidade de dirigir firmas em qualquer parte do globo. Isso deu origem a empreendimentos novos, que embora tenham uma visão baseada em custos de transação e recursos limitados, poderão dinamizar formas organizacionais que outrora só operariam no mercado de sua origem. (OVIATT e McDOUGALL, 1994).

Diante desse novo paradigma mercadológico, as duas correntes que buscam explicar o processo de internacionalização já não davam conta de explicar o fenômeno das empresas que já nasciam com estratégias deliberadamente voltadas para o mercado internacional. A abordagem econômica que observava determinantes estratégicos de grandes empresas em busca de escala ou de uma maior sobrevida do produto não captura a realidade de empresas multinacionais pequenas e baseadas em inovação tecnológica (RIBEIRO e PIMENTEL, 2012). O fluxo de investimentos diretos no país estrangeiro também não conseguem ser explicados por essa abordagem em se tratando das nascidas globalizadas, nem tão pouco os aspectos relativos à aprendizagem organizacional e o papel desempenhado pelos empreendedores, aspectos estes de suma relevância para o estudo das *born global* uma vez que esses fatores são pré-estabelecidos antes mesmo do empreendimento ser estabelecido.



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

Por outro lado, a abordagem comportamental do processo de internacionalização também não dá o suporte teórico para explicar o fluxo dos investimentos em IDE e o processo gradual de ingresso no Mercado internacional, fortemente defendido por essa vertente, é severamente contestado uma vez que o gradualismo do processo não se configure em nenhuma de suas fases para esse tipo de organização (KNIGHT; CAVUSGIL, 1995).

Os modos de entrada no mercado internacional (ROTT, 1994) através de mecanismos de alianças estratégicas permanecem referenciando algumas maneiras de se inserir nessa arena. O exemplo disso, as *joint ventures*, pode ter grande aplicação no caso das empresas *global born*, no entanto, muito do que foi estabelecido para os modos de entradas está pautado no gradualismo da abordagem comportamental da internacionalização.

Nesse sentido, o trabalho de Oviatt e McDougall (1994) significou um marco nas pesquisas sobre as *born global* e é amplamente estudado na literatura acerca da evolução do conceito de internacionalização. Os autores sistematizaram a base teórica proposta até então acerca do fenômeno de pequenas e médias empresas que desenvolviam atividades com o exterior a partir do seu nascimento e desenvolveram a categorização dessas empresas. Dessa forma, os autores puderam desenvolver um modelo para explicar seu comportamento enquanto empresa internacional. Para tanto, incorporaram ao modelo aspectos relativos às teorias que versam sobre empreendedorismo internacional para elucidar o processo de decisão quanto ao caráter internacional da empresa desde seu nascimento. Os autores dão ênfase aos aspectos de estrutura organizacional observando, sobretudo, o papel das alianças estratégicas e das redes de relacionamento estabelecidas pelos executivos no mercado internacional pautados no empreendedorismo de oportunidade.

Outro marco teórico que se estabelece dez anos depois é a produção relativamente recente de Knight e Cavusgil (2004) na qual observando os aspectos propostos pelo modelo de Oviatt e McDougall, os autores estudam as capacidades e competências organizacionais aliados à inovação para explicar o recente processo de internacionalização das *global born*. Para os autores, o fenômeno das empresas que se iniciam no processo de internacionalização em até três anos, caracterizadas como empresas *Born-global*, é justificado, segundo o modelo proposto, pela utilização da visão baseada no conhecimento. Aspectos de inovação, seja ela de cunho tecnológico ou mesmo metodológico, são fatores intervenientes para o recente processo de internacionalização das empresas.

Aliado a esses aspectos, as competências organizacionais são uma das variáveis em estudo que são reflexo dessa utilização do conhecimento. Dito de outro modo, estas competências foram agrupadas em quatro categorias: competência tecnológica global (tecnologias permitem reduções significativas nos custos de produção), desenvolvimento de produtos únicos (processo de desenvolvimento tecnológico para a produção de produtos diferenciados), foco em qualidade (otimização dos recursos, na medida em que evita retrabalhos) e utilizar distribuidores independentes (parceiros nos países de destino são apontados como a quarta competência).

Esses quatro pilares observados pelo modelo de Knight e Cavusgil (2004) traduzem a dinâmica estabelecida por empresas de menor porte, porém de maior nível de manobra e muitas vezes com grande poder de escala devido à inovação tecnológica e pela possibilidade de parceiros internacionais como fornecedores. Para Knight e Cavusgil (2004), as *born-*



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

global, muitas vezes menores em escala de produção e sem a infraestrutura das empresas estabelecidas, conseguem vencer suas limitações de ativos porque utilizam intensamente suas competências, tidas como os ativos intangíveis.

Essas competências organizacionais, compreendidas por muitas teorias que observam os aspectos relativos à otimização dos recursos internos para promover vantagem competitiva (PENROSE, 1959; DYER e SINGH, 1988; PORTER, 1989; GRANT, 1996), desenham a arquitetura estratégica do decisor envolvendo os aspectos da formação das estratégias. A formação dessas estratégias, por sua vez, respeita a dinâmica de uma frenética necessidade de manobra, que são movimentos de estratégias emergentes fruto das oportunidades de mercado, demarcada por escolhas adaptativas (CHANDLER, 1962; MINTZBERG e WATERS, 1985; SCHUMPETER, 1985; LAM e WHITE, 1999). A abordagem teórica que traduz a evolução do conceito de internacionalização, as chamadas *global born*, buscam nas bases teóricas da estratégia competitiva respaldo para a explicação de suas variáveis em estudo.

O caminho teórico estabelecido pelo movimento da evolução dos conceitos das estratégias internacionais ou do processo de internacionalização respeita os movimentos e mudanças históricas que ocorreram no mercado mundial. Tais eventos provocaram mudanças de paradigmas nas estruturas organizacionais e na forma sobre como se teoriza sobre elas do ponto de vista de análises exploratórias descritivas, do que é posto em quanto fenômenos organizacionais, bem como em estudos causais com certo nível de predição que estabelecem tendências ou que acompanham organizações vanguardistas, cujo modelo teórico propõe mudanças a seus concorrentes com o interesse de manutenção da competitividade. O quadro seguir é uma adaptação de Stonehouse et. al. (2004) que visa observar esse processo histórico acompanhando os tipos de estudos acerca da internacionalização de empresas:

Período	Estratégia Internacional	Perspectiva Teórica
1950 – 1970	Expansão multinacional através do estabelecimento de subsidiárias tipo réplica em outros mercados. Predominância de estratégias multidomésticas, com subsidiárias autônomas. Coordenação global limitada das operações geograficamente dispersa das empresas.	Foco na estratégia e na estrutura
Anos 70	Multinacionais em declínio: desinvestimentos, racionalização, fechamento de plantas produtivas em países anfitriões.	Visão baseada em recursos
Anos 80	Mudança em direção da coordenação e integração das estratégias globais, foco na competitividade global e uso do escopo global como força competitiva em setores industriais globais envolvendo especializações da planta e interdependência nacional.	Vantagem Competitiva



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

Anos 90	Transição para estratégias globais ou transnacionais. Foco no desenvolvimento das competências principais e terceirização de atividades. Resultou em alianças estratégicas globais, que podem ser tanto verticais quanto horizontais. Aumento da ênfase no conhecimento como ativo e as primeiras formas de organizações que aprendem.	Estratégias Globais pautadas na competência organizacional
2000 até os dias de hoje.	A era da corporação virtual e da organização inteligente.	Estratégias Globais baseadas no conhecimento

Quadro 1 – Evolução da estratégia Global e Internacional dos anos 90 aos dias de hoje

Fonte: Adaptado de Stonehouse et. al. (2004, p. 17).

O que se pode traduzir sobre as perspectivas teóricas é que as teorias e abordagens acerca da internacionalização apresentam uma linha de pesquisa descritiva sobre os novos fenômenos apresentados pela dinâmica dos novos modelos organizacionais de competição nas estratégias internacionais ao longo dos últimos 60 anos.

4. Caminho teórico da internacionalização e a pesquisa recente sobre *global borns*

As *global born firms* são fruto de uma sequência de aprimoramento da condição de posicionamento estratégico (PORTER, 1989) necessário à sobrevivência e à competição das organizações na arena internacional. A atual arquitetura estratégica reflete a sequência de movimentos necessários ao processo dentro do contexto histórico que promovem mudanças nas estruturas organizacionais e no padrão das estratégias (DEWIT e MEYER, 2004).

Assim, o fenômeno *global born* assume um caráter evolucionário. Alguns autores consideram este fenômeno como sendo de forte oposição aos modelos tradicionais de internacionalização. Para Medsen (2012), o fenômeno pode ser compreendido de três formas: a evidência empírica; o fenômeno em um nível mais profundo teórico e a nova concepção do fenômeno a partir de um pensamento evolutivo.

A seguir o quadro teórico acerca das estratégias de internacionalização apresenta um processo cronológico dentro da perspectiva das variáveis competências e capacidades organizacionais de cada período apresentando os pressupostos teóricos dessas pesquisas, para compreensão epistemológica do conceito de internacionalização observando os pontos de ruptura:

III Colóquio Internacional de Epistemologia e

Pressupostos Teóricos, Conceito e Evolução de Internacionalização

Dimensão Teórica	Autor/Obra	Teoria e abordagem	Objetivo Geral	Metodologia	Respondentes	Variáveis/Dimensões em Análise	Contribuição Teórica	Base Teórica
Estratégia: teorias e conceitos	CHANDLER, A.D.(1962) Strategy and structure: chapters in the history of the American industry.	Teoria Contingencial	Comparar o multidivisional tipos de organizações na forma que gerenciam sua estrutura e seus recursos	Survey estudo comparativo	4 casos	Inovação, estrutura organizacional	Discutiu também o conceito de descentralização nas grandes empresas, defendendo que a vantagem das empresas multidivisionais era que elas permitiam que os executivos do topo deixassem de ser os únicos responsáveis pelo destino de uma empresa e passassem a ter responsabilidades mais rotineiras, ganhando tempo para se dedicarem a outras tarefas e passando a assumir o compromisso de um planejamento a longo prazo	Taylor, Henry VanumPoor, 1960
	SCHUMPETER, Joseph (1985). O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico	Teoria de Entrepreneurship	Analisar como o equilíbrio econômico do mercado poderia se dar através do relacionamento estabelecido entre seus agentes, na realização das transações e trocas.	Lucros, capital crédito, juros, e o ciclo de negócios	O desenvolvimento é efetuado pelo empresário, que orienta o desvio dos fatores de produção em novas combinações para uma melhor utilização; pela reformulação do processo produtivo, incluindo a introdução de novas máquinas, e produção de produtos.	Walras, 1870
	MINTZBERG, H.; WATERS, J. A.(1985). Of strategies, deliberate and emergent.	Abordagem da Formação da Estratégia: Conteúdo, Contexto e Mudança	Analisar os padrões das escolhas para formação das estratégias	Estudo teórico qualitativo baseado em 11 casos de diversos segmentos de organizações	11 Casos	Tipos de escolha e caminhos estratégicos: estratégia empreendedora; ideológica; do tipo guarda-chuva; de processo; interconectadas; consensuais; impostas; deliberadas e emergentes	Apresenta várias perspectivas que podem influenciar a formação das estratégias organizacionais, o que por conseguinte refletirá nas suas decisões. De um modo geral, a dicotomia entre a maior parte desses tipos de estratégias são deliberadas e emergentes	Chandler, 1962; Mtzimgerg, 1979; Kielser, 1971; Porter, 1980
	LAM, L. W.; WHITE, L. P.(1999). An adaptative choice model of the internationalization process.	Teoria das Escolhas Adaptativas	Analisar o papel das escolhas gerenciais que as organizações precisam fazer quando inclusas no processo de internacionalização	Exportações, <i>joint ventures</i> , subsidiárias	As escolhas adaptativas modificam a estrutura com a finalidade de atender as demandas da nova condição mercadológica pautada nas decisões gerenciais. A internacionalização é uma imposição ambiental para que as organizações possam sobreviver e se ajustar as demandas do mercado.	Mitzberg, 1985; Johanson e Valne, 1977

III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Vantagem Competitiva: Estrutura e Competência Interna

PENROSE, E. T.(1959) The theory of the growth of the firm	Teoria do Crescimento da Firma	Analisar fatores determinantes pelo crescimento da firma inerente à sua estrutura interna	Estudo de caso: Hercules PowderCompany.	1 caso	recursos, estrutura, capacidade do empreendedor	A capacidade de geração de riqueza independe de variáveis externas, tornando a firma o ponto central para a ampliação e valorização dos recursos de forma a firma provocar tendências e movimentos econômicos	Boulding, 1956; Shumpeter, 1957
PORTER, M. E. (1991) Towards a dynamic theory of strategy	Modelo de Análise do Diamante	Compreender a interação de agentes intervenientes da cadeia do negócio baseada nas teorias da firma e de estratégia	Análise longitudinal (cross-sectional)	...	Firmas; estruturas e rivalidade; fatores e condições; condições de demanda; indústria de suporte	Compreensão microeconômica do ambiente tarefa organizacional observando os agentes intervenientes que interage com a organização e que permitem que essa interação possa acontecer de forma mais eficiente através do poder de negociação de cada agente.	Penrose, 1959; Peterfrac, 1990; Porter, 1986
WERNERFELT, B. (1984) A resource-based view of the firm	Teoria Baseada em Recursos	Desenvolver algumas ferramentas simples econômicas para analisar uma firme posição de recursos e de olhar sobre opções estratégicas	Modelo analítico	...	recursos diferenciais	Buscou analisar as estratégias de diversificação da empresa não na perspectiva de seus produtos, mas sim de seus recursos. Barreiras de posição de recursos foram definidas como parcialmente análogas às barreiras à entrada. Na base nesta definição, pode-se esboçar um retrato das empresas, tentando desenvolver essas barreiras.	Penrose, 1959; Rubin, 1973; Porter, 1980
GRANT, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm.	Visão Baseada no Conhecimento	Explorar a coordenação de mecanismos através dos quais as firmas interagem especializando em conhecimento específico.	Survey, fonte secundária	...	transferibilidade, apropriabilidade, capacidade de agregação do conhecimento, especialização em aquisição de conhecimento, conhecimento como requisito de produção	As bases da capacidade organizacional em particular é desenhada pela hierarquia horizontal e vertical, que a grosso modo é baseada no conhecimento e inovações, o que apresenta implicações diretas na gestão.	Barney, 1986; Kogut e Zander, 1992;
DYER, J. H.; SINGH, H.(1988) The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage.	Abordagem Relacional	Compreender a vantagem competitiva da firma através do potencial das relações entre conhecimento, recursos, governança e relacionamento específico	Estudo Teórico	...	conhecimento, recursos, governança e relacionamento específico	O ponto central do estudo é a vantagem competitiva sustentável baseada no relacionamento de fatores potenciais (recursos, conhecimento, governança e relacionamento específico), embora a tese tenha limites prospectivos, uma vez que o modelo se baseia na junção de outros trabalhos com variáveis específicas	Barney, 1991; Wernerfelt, 1984



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

III Colóquio Internacional de Epistemologia e

Sociologia da Ciência

Escola Teóricas do Processo de Internacionalização: Conceito e Evolução

VERNON, R.(1966) International Investment and International Trade in the Product Cycle.	Teoria do Ciclo do Produto	Analisar o processo de internacionalização das firmas de acordo com o ciclo de vida dos produtos	Survey fonte secundária (estatística descritiva)	...	Ciclo de : importação, produção e exportação dos EUA, países concorrentes e países menos desenvolvidos.	Dependendo do tipo de maturidade da indústria, o processo de importação seguido por produção e amadurecimento do produto e exportação, ocorre de forma mais rápida. O processo de exportação ocorre a medida que a indústria de determinado país também já tenha um bom nível de produção em escala global.	J. H. Williams, "The Theory of International Trade Reconsidered" reprintedas Chap. 2 in his Postwar Monetary Plans and Other Essays (Oxford: Basil Blackwell, 1947); C. P. For a summary of such
BUCKLEY, P. J.; CASSON, M. C.(1998) Analysing foreign market entry strategies: extendind the internalization approach.	Teoria das Operações Internacionais	explicar e prever os métodos de atendimento do mercado das empresas multinacionais.	Localização das plantas produtivas e a propriedade da produção.	Um mercado nacional pode ser atendido de quatro maneiras principais: através de empresas domésticas, de subsidiárias de multinacionais, de empresas nacionais que comercializam produtos importados e por importação direta de multinacionais.	
DUNNING, J. H. (1980) Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests.	A Teoria do Paradigma do Eclético	Analisar o modelo da teoria eclética tendo a localização como determinante	Análise multivariada	15.211 em sete países (Brasil, México, Canadá, França, Alemanha, Belgica e Inglaterra)	características próprias da empresa; características específicas do país; internalização	As variáveis observadas tem significância em relação a internacionalização de empresas americanas e que o potencial exportador tem maior importância para países menos desenvolvidos.	Hirsch,1976; Vernon, 1966; Buckley e Dunning, 1976; Duning, 1977
JOHANSON, J. and VAHLNE, J. E. (1977) The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments.	O processo de internacional ização da Escola Nórdica de Uppsala	Compreender o processo de internacionalização da firma através de aspectos comportamentais.	Baseado em estudos empíricos de pesquisas de negócios da Escola de Upsalla	...	Distância psíquica, padrão de decisão, grau de internacionaliz ação.	A internacionalização é um fenômeno gradual que assume basicamente quatro estágios: exportação indireta, <i>joint venture</i> internacional e investimento no país estrangeiro – IDE.	Vernon, 1966; Hallén e Weidersheim-Paul, 1974; Ciert e March, 1963
CZINKOTA. M. R.(1985) Export Development Strategies.; REID. S.(1981) De descision-markerand export and market expansion.	Modelo de Inovação	Compreender o proceso de internacionalização através de estratégias incrementais de inovação	Observa as características da firma através das características pessoais dos executivos, demonstrando que incrementos de investimentos às exportações se dariam em função da percepção sobre esse indivíduo dos resultados auferidos no mercado internacional.	

III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência

Escola Teóricas do Processo de Internacionalização: Conceito e Evolução	HALLÉN, L.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. (1979). Psychic distance and buyer-seller interaction.	A distância psíquica e a interação comprador- vendedor	Analisar os aspectos que influenciam a distância geográfica e psíquica nos negócios internacionais.	estágio de pré- contato, interação inicial e estágio pré- madruro	existe uma distância entre organizações vendedoras e organizações compradoras, ambas no sentido geográfico e mental. Existem distâncias nas duas dimensões e também entre atores pertencentes à mesma organização. Essas distâncias causam dificuldades para os diferentes fluxos entre comprador e vendedor.	Burenstam- Linder , 1961
	OVIATT, B.M.; MCDUGALL, P.P.(1994) Toward a theory of international new ventures.	The Born Global Firm:	Descrever e analisar o fenômeno da internacionalização através de várias perspectivas teóricas.	Estudo Teórico	...	Custo de transação; Localização; Estrutura e Governança; Recursos raros	As escolas de internacionalização passam pela mudança de paradigma em relação a análise de empresas multinacionais e que existe uma tendência de mudança nos parâmetros das análises teóricas.	Chandler, 1986; Shumpeter, 1942; Dunning, 1980; Johanson e Vahlne, 1977; Barney, 1991
	KNIGHT, G.A; CAVUSGIL, S. T (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born- global firm.		Analisar e compreender a internacionalização precoce da firma	Survey (análise multivariada)	203/900 médias indústrias	Orientação para empreendedorism o internacional, orientação para mercado internacional, competência tecnológica global, produtos únicos, focos de qualidade, competência para distribuição internacional, performace em mercados internacionais.	Aspectos como capacidades internas pautadas na inovação aumentam a performace das empresas <i>born global</i> . O crescimento destas empresas refletem um novo paradigma que era observado apenas na realidade de grandes corporações.	Penrose, 1959; Shumpeter, 1942; Oviatt e McDougal, 1994
	ROOT, F. R.(1994) Entry Strategies for the international Markets.	Modos de Entrada	Descrever e analisar os modos de ingresso no mercado internacional	Entradas de exportação, contratual e de investimento	A decisão sobre os modos de entrada em mercados externos deve levar em consideração fatores internos e fatores externos à empresa. Os fatores internos são relacionados à característica do produto a ser comercializado e o comprometimento financeiro da empresa. Enquanto que os fatores externos a empresa são referentes ao mercado do país-alvo, ambiente de negócios, fatores de produção entre outros.	

Quadro 2 – Pressupostos teóricos, conceito e evolução da internacionalização

Nota: Elaborado pelos autores.



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

Para Lu e Beamish (2011), as estratégias de internacionalização empregadas por pequenas e médias empresas - PME promovem melhor desempenho. Os autores desenvolveram um estudo multivariado acerca da literatura de negócios internacionais e empreendedorismo, desenvolvendo quatro hipóteses que relacionam o grau de investimento direto estrangeiro (IDE) e a atividade de exportação, bem como a utilização relativa de alianças, para o desempenho empresarial das PMEs internacionalizadas no Japão.

O estudo observou o impacto positivo da internacionalização no desempenho, principalmente da extensão da atividade de IDE, porém, quando essa atividade é feita pela primeira vez apresenta uma queda de rentabilidade. Entretanto, mais tarde esse investimento é compensado com melhor desempenho, respeitando a máxima financeira de maior risco maior retorno. Para as pequenas e médias empresas *globalsborn*, as alianças com parceiros com conhecimento local pode ser uma estratégia eficaz para superar as deficiências que enfrentam em recursos e capacidades ao se expandir para mercados internacionais.

Nessa mesma perspectiva metodológica, Hult e Perry (2012) estudaram os fatores que afetam a recente internacionalização das empresas. Para os autores, o acúmulo da experiência internacional incorporado no capital humano e relacional é o mais importante fator de nível das multinacionais. Os resultados meta-análise revelaram que muitos dos postulados das abordagens econômicas da internacionalização realizados com multinacionais foram refutados, uma vez que em função dos efeitos do tamanho da empresa, idade da empresa e tamanho da equipe da alta gestão, aspectos comportamentais como o papel do decisor apresenta alto nível de influência quanto às estratégias internacionais, corroborando com a abordagem comportamental cuja maior contribuição se dava em empresas de menor porte.

Persinger e Vostina (2011) também enfatizam o papel do empreendedor para estratégias de empresas *global borns* em países emergentes, corroborando com Wictor e Anderson (2011) que estudaram o papel das lideranças nas estratégias das *globalsborn*. Estes autores identificaram que a visão do empresário é como um guarda-chuva que afeta muitas partes importantes da empresa, tais como, organização, transferência de recrutamento, conhecimento, comunicação e outras partes que formam a cultura da empresa. Esses empresários criam valores da empresa e motivam os funcionários na organização compartilhando o poder com os subordinados. É crucial para delegar decisões operacionais aos subordinados que o empreendedor possa trabalhar com questões estratégicas que promovam a expansão das firmas internacionais. A comunicação foi outra variável que mereceu destaque no processo.

O estudo de Esfrat e Shoham (2012) envolvem aspectos relativos ao ambiente e tecnologia em relação às empresas nascidas globais em Israel. Essas empresas de pequeno porte e fortemente voltadas para tecnologia e orientadas para o mercado internacional, segundo os autores, são distinguidas por se moverem rapidamente desde o início até a entrada no mercado estrangeiro - uma estratégia que acarreta riscos consideráveis. No entanto, embora esta internacionalização precoce seja uma característica única de BGs (*bornglobals*) e o seu principal fator de definição, alguns aspectos ainda são pouco abordados na literatura. Um desses elementos é o papel do ambiente externo, ou seja, fatores do mercado alvo, anteriormente encontrado para afetar as operações e desempenho das empresas gradualmente.

5. Considerações finais

De uma forma geral, a pesquisa internacional tem apresentado achados que corroboram para os textos considerados como referência sobre o precoce processo de internacionalização das



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC, Brasil (Março/2013)

borns global (BGs) de Oviatt e McDougall (1994) e Knight e Cavusgil (2004).

A literatura brasileira acerca do processo de internacionalização tem sido crescente, sobretudo em estudos quantitativos como no caso de Honório (2009), que se dedicou a compreender o desempenho organizacional através do seu grau de internacionalização cujos determinantes residem em fatores organizacionais e estratégicos, e outros estudos qualitativos sobre a formação das estratégias internacionais como os de Oliveira, Kovacs e Oliveira (2010) e Costa e Añez (2011). Porém, a internacionalização como evolução de seu conceito BGs, tem poucos estudos na literatura recente.

Nesse sentido, merece destaque o estudo de Ribeiro e Pimentel (2012), que analisa a relação entre o perfil do empreendedor e o sucesso de empresas *born globals* brasileiras através de estudo de caso múltiplo (duas empresas). Brito et al. (2009) explora como os recursos e capacidades estratégicas desenvolvidas pelas empresas contribuem para a sua prontidão em exportar através de uma pesquisa descritiva por meio de amostragem aleatória inferencial, demonstrando que quanto maior a presença de recursos e capacidades estratégicas para a internacionalização, maior o volume de exportação da empresa, mas isso não necessariamente assegura o crescimento da exportação ao longo do tempo. Fortel e Moreira (2009) analisaram as BGs a partir da competitividade do setor calçadista brasileiro através da visão baseada em recursos.

Assim como na pesquisa internacional acerca das *born global*, as experiências empíricas apresentam resultados que corroboram para as análises feitas pelos textos marcos das estratégias internacionais após os anos 90.

As dimensões analisadas nos primeiros estudos em estratégias nos anos cinquenta continuam balizando modelos teóricos atuais respeitando as adequações teóricas e empíricas. A estrutura, tecnologia e o ambiente, discutidos por Chandler (1962), continuam sendo material de análise das *global borns* na perspectiva das capacidades organizacionais e inovação assim como os recursos estudados inicialmente por Penrose (1959) e o papel do empreendedor decisor abordado por Schumpeter e retomado por Oviatt e McDougal (1994).

Nessa sequência, as estratégias internacionais exploradas pelas abordagens econômicas e comportamentais da internacionalização remontam uma análise voltada para linhas de pesquisas observadas nesse tripé aprofundando algumas categorias de análise. O que se observou é que a abordagem econômica tem maior poder de explicação ao fenômeno em grandes corporações, ao passo que as comportamentais explicam melhor o processo de internacionalização de pequenas e médias empresas, ambas apresentando limites de aplicação no campo empírico.

A exceção do paradigma eclético de Dunning (1980), as teorias dão pouca ênfase ao aspecto relativo à localização e fatores do país anfitrião, desconsiderando o efeito país tão explorado inicialmente pela escola de economia clássica. Embora os modelos sejam passíveis das críticas, essas variáveis apresentam significado nas relações de negócios internacionais e são de certa forma negligenciadas.

A mudança de paradigmas da evolução do conceito do processo de internacionalização, que passou a ser estratégias globais, tem em suas principais abordagens teóricas dimensões de análise que retomam os clássicos textos de estratégias.

Referências

BARNEY, J. B.; HESTERLY, W. S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

- BUCKLEY, P. J.; CASSON, M. C. Analysing foreign market entry strategies: extending the internalization approach. **Journal of International Business Studies**, v. 29, n. 3, p. 539-562, 1998.
- CHANDLER, A.D. **Strategy and structure**: chapters in the history of the American industry. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1962.
- COVIELLO, Nicole E.; MCDOUGALL, Patricia P.; OVIATT, Benjamin M.. The emergence, advance and future of international entrepreneurship research — An introduction to the special forum. **Journal Of Business Venturing**, p. 625-631. 26 nov. 2011.
- DUNNING, J. H. Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests. **Journal of International Business Studies**, n. 11, spring- summer, p. 9-31, 1980.
- EFRAT, Kalanit; SHOHAM, Aviv. Born global firms: The differences between their short- and long-term performance drivers. **Journal Of World Business**, p. 1-15. 13 fev. 2012
- FAHY, J. The resource-based view of the firm: some stumbling-blocks on the road to understanding sustainable competitive advantage. **Journal of European Industrial Training**, v. 24, n. 2/3/4, p. 94-105, 2000.
- FORTE, Sérgio Henrique Arruda Cavalcante; MOREIRA, Márcia Zabdiele. Competitividade Internacional Baseada em Recursos – Estudo da Relação entre recursos e estratégias de internacionalização das maiores empresas exportadoras do setor calçadista brasileiro. **Fgv**, Rio de Janeiro, n. , p.2-25, 1 jan. 2009.
- HABERMAS, J. **Conhecimento e Interesse**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- HONÓRIO, Luiz Calos. Determinantes Organizacionais e Estratégicos do Grau de Internacionalização das empresas braceleiras. **RAE**, São Paulo, v. 49, n. 2, p.162-175, abr. 2009.
- JOHANSON, J; MATTSSON, L. G. **Internationalization in industrial systems**: JOHANSON, J; WIEDERSHEIM-PAUL, F. The internationalization of the firm: four Swedish cases. **The Journal of Management Studies**, p. 305-322, 1975.
- JOHANSON, J. and VAHLNE, J. E. **The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments**. **Journal of International Business Studies**. Vol. 8, n.1, 1977, pp 23-32.
- LU, Jane W.; BEAMISH, Paul W.. The internationalization and performance of SMEs. **Strategic Management Journal**, p. 565-586. 01 jan. 2001.
- KNIGHT, G.A; CAVUSGIL, S. T. Innovation, organizational capabilities, and the born- global firm. **Journal of International Business Studies**. 35, 124-141, 2004.
- KUHN, T. S. **A estrutura das revoluções científicas**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 1996.
- KOGUT, B.; ZANDER, U. **Knowledge of the firm, combinative capacities and the replication of technology**. **Organization Science**, v. 3, p. 383-397, 1992.
- KIRCA, Ahmet H. et al. A Multilevel Examination of the Drivers of Firm Multinationality. **Journal Of Management**, p. 1-15. 2 jun. 2012.
- MADSEN, Tage Koed; SERVAIS, Per. The internationalization of Born Globals: An evolutionary process? **International Business Review**, v. 6, n. , p.561-583, 1 dez. 1997. Mensal.
- MINTZBERG, H. A criação artesanal da Estratégia. In: MONTGOMERY, C. A.; PORTER, M. E (Orgs). **Estratégia: a busca da vantagem competitiva**. Rio de



III Colóquio Internacional de Epistemologia e Sociologia da Ciência da Administração

Florianópolis - SC - Brasil (Março/2013)

Janeiro: Campos, 1998.

MINTZBERG, H.; WATERS, J. A. Of strategies, deliberate and emergent. *Strategic Management Journal*, v. 6, p. 257-272, 1985.

OVIATT, B.M.; MCDOUGALL, P.P. Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25/1, 45-64, 1994.

OVIATT, B.M.; MCDOUGALL, P.P. Global start-ups: entrepreneurs on a worldwide stage. *Academy of Management Executive*, 9/2, 30-43, 1995.

PENROSE, E. T. **The theory of the growth of the firm**. New York: John Wiley, 1959.

PERSINGER, Elif S.; CIVI, Emin; VOSTINA, Suzanne Walsh. The Born Global Entrepreneur In Emerging Economies. *International Business & Economics Research Journal*, v. 3, n. 6, p.73-82, 01 jan. 2007.

POPPER, K. R. A lógica da investigação científica. In: POPPER, K. R. **Os Pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1980, caps. 1-10, p. 3-124.

PORTER, M. E. **Competitive advantage**. New York: Free Press, 1985.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

ROOT, F. R. **Entry Strategies for the international Markets**. New York: Lexington Books, 1994.

STONEHOUSE.G. **Global e transactional Business**. Strategy and Management West Sussex, 2004.

SCHUMPETER, Joseph. O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico. In A **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

VERWAAL, E.; DONKERS, B. **Firm size and export intensity: solving a empirical puzzle**. *Journal of International Business Studies*, Third Quarter, v. 33, n. 3, p. 603-613, 2002.

WERNERFELT, B. A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, v. 5, n. 2, p. 171-180, 1984.

WOOLF, J. A.; PETT, T. L. Internationalization of small firms: an examination of export competitive patterns, firm size, and export performance. *Journal of Small Business Management*, v. 38, p. 34-47, 2000.