



O EMPREENDEDOR E O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS: Um Olhar à Atuação Empreendedora Além das Fronteiras Nacionais

THE ENTREPRENEUR AND THE INTERNATIONALIZATION'S PROCESS OF ENTERPRISES: A vision for entrepreneurial performance beyond national borders

Francisco Oliveira Machado ⁽¹⁾

Universidade Federal de Pernambuco/UFPE, Campus Agreste, Caruaru/PE

Yákara Vasconcelos Pereira Leite ⁽²⁾

Universidade Federal Rural do Semi-Árido/UFERSA, Mossoró/RN

RESUMO

Este ensaio teórico teve por objetivo investigar a internacionalização de empresas como um processo conduzido e catalisado pelo indivíduo empreendedor. Nessa direção, o interesse de aprofundar o tema de empreendedorismo internacional (EI) surgiu. Contudo, ao se voltar os olhos aos estudos de EI, o nível de análise que se apresenta é o da firma, que se internacionaliza. Dessa forma, o ensaio se alicerça em apresentar a internacionalização de empresas como um processo conduzido e catalisado pelo indivíduo empreendedor. A sua relevância consiste em: (1) defender que o entendimento da estratégia é um processo empreendedor; e (2) revisar as abordagens teóricas de EI. Com isso, observou-se a inexistência de trabalhos que categorizem os estudos de internacionalização sob a perspectiva das teorias do empreendedorismo. A fim de se alcançar o objetivo proposto, uma revisão sobre dois temas principais de estudo foi realizada.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo Internacional; Negócios Internacionais; Administração; Estratégia.

ABSTRACT

This theoretical paper aims to investigate the internationalization of firms as a process driven and catalyzed by the individual entrepreneur. In this sense, we became interested in developing the theme of international entrepreneurship. However, when he turned his eyes to the EI studies, the level of analysis presented is over the firm's internationalization. Thus, this paper is grounded in presenting the firms' internationalization as a process driven and catalyzed by the individual entrepreneur. Its relevance is due to: (1) arguments that strategy is an understanding of the entrepreneurial process, and (2) review the theoretical EI's approaches. In this way of thought, we made a remark about a lack of studies that categorizing internationalization process from the perspective of entrepreneurship theories. In order to achieve the proposed objective, a review on two major theoretical branches was made.

Key Words: Entrepreneurship; International Entrepreneurship; International Business; Management; Strategy.

INTRODUÇÃO

A formação de estratégia pode ser obtida por meio de processo em sua formação (BOWMAN; SINGH; THOMAS, 2002), que geralmente, é associada à elaboração de planos, oriundos do planejamento estratégico. Contudo, pode-se dizer que a estratégia, com base em Mintzberg (1973, 1978), enquanto processo, é obtida de três modos: (1) empreendedor, alicerçada na visão deliberada e emergente de seus líderes empreendedores, que realizam saltos qualitativos frente à incerteza; (2) adaptativo, na qual a estratégia é baseada na divisão do poder entre grupos e na adequação dos interesses destes na solução de problemas; e (3) planejamento, em que os planos integram decisões e estratégias deliberadas pelos analistas.

Nesse sentido, a estratégia é enfatizada devido ao fato de compreender que é oriunda principalmente das atividades da cúpula organizacional das organizações em meio à internacionalização (BOWMAN; SINGH; THOMAS, 2002). Entretanto, ao se tratar de estratégia, é necessário defini-la. Segundo De Wit e Meyer (2004), o termo “estratégia” não possui um significado preciso. Os autores apresentam a visão do entendimento da estratégia como sendo fruto da junção de três dimensões: (1) Processo, relacionado ao como, quem e quando da estratégia, ou seja, o seu fluxo; (2) Conteúdo, relacionado ao o quê desenvolver, o seu resultado à organização e às suas unidades; (3) Contexto, relacionado ao onde da estratégia e às condições de seu desenvolvimento, em que está o processo e o conteúdo.

Essa compreensão se assemelha ao propagado por Mintzberg (1978) em termos do desenvolvimento de estratégia em

conformidade com padrões. Padrões para a formação de estratégia que atentam para três questões: ambiente, liderança e burocracia. A questão da liderança, em empreendimentos dinâmicos e diversificados, tende a se comportar de modo empreendedor, conseqüentemente, seu processo de formação da estratégia também o é (MINTZBERG, 1973, 1978).

De Wit e Meyer (2004) alegam que a estratégia, enquanto dimensão de processo, tem o pensamento, a formação e a mudança estratégica em seu cerne. Mais especificamente, ao (1) Pensamento Estratégico, apresenta-se como lógico ou intuitivo; à (2) Formação da estratégia, sendo deliberada ou emergente; e à (3) Mudança Organizacional, de modo revolucionário ou evolucionário. Nesse sentido, De Wit e Meyer (2004) explicam que o pensamento estratégico, no que tange à mente do estrategista, tem relação com o que a pessoa faz e como ela elabora a estratégia. Preocupação semelhante apontada por Barney (2010) em termos da implementação da estratégia, que ela é um processo mental e o aprendizado ocorre durante o processo de implementação. No implementar há o impacto no conteúdo da estratégia. Nesse sentido, reside a preocupação maior do entendimento proposto no presente trabalho, compreender a influência do empreendedor na internacionalização da empresa que depende das ações das estratégias empresariais.

Dessa forma, o problema de pesquisa que motivou a realização do presente ensaio teórico tem como escopo desenvolver um arcabouço conceitual sobre as teorias propagadas no campo do empreendedorismo, voltando-se para o entendimento de como as firmas se tornam

internacionais. O artigo tem o objetivo de investigar a internacionalização de empresas como um processo conduzido e catalisado pelo indivíduo empreendedor. Assim como Borini et al. (2006) apresentam em seu estudo, a presente investigação é uma tentativa de observar o fenômeno da internacionalização sobre o prisma do empreendedorismo. O intuito é tecer ligações entre perspectivas teóricas estabelecidas e discutidas na academia e, ao final do texto, discutir e apresentar novos caminhos teóricos a serem analisados.

Por que, então, esse trabalho se faz relevante? Primeiro, em sua apresentação, no XXXIV Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Barney (2010) considerou, sobre suas reflexões no campo da gestão estratégica, que o caminho para o qual essa escola percorre na atualidade passa pelo processo empreendedor. Barney (2010), portanto, defendeu que o entendimento da estratégia é um processo empreendedor, que se deve atentar a estudos que associem estratégia e empreendedorismo. Nesse sentido, entende-se que a atitude empreendedora é a base, a natureza do desenvolvimento, estabelecimento e expansão de qualquer firma (COASE, 1937; PENROSE, 2009). Em segundo lugar, ao se revisar a teoria de Empreendedorismo Internacional (EI), em artigos, evidencia-se que se trata de uma junção de estudos sobre empreendedorismo com Negócios Internacionais. Por fim, em terceiro lugar, geralmente, os estudos teóricos têm por proposta a integração de teorias na tentativa de colaborar com o enriquecimento acadêmico. O presente estudo, então, contém, além dessa seção, o (2) Referencial Teórico; (3) Discussões; (4) Considerações Finais; e Referências.

REFERENCIAL TEÓRICO

Ireland et al. (2001) alegam que as organizações criam riquezas por meio de seis domínios: (1) inovação; (2) internacionalização; (3) aprendizagem organizacional; (4) times de gestão de topo e governança; (5) crescimento; e (6) redes. Nesse sentido, a Administração Estratégica e o Empreendedorismo estão relacionados a esses seis domínios de criação de riqueza. Para explicar como esse fato ocorre, Ireland et al. (2001) apresentam um modelo no qual a interseção de dois conjuntos, o da ação estratégica e o da ação empreendedora, resulta nesses domínios apresentados. A ação empreendedora está voltada à exploração de oportunidades, que não são identificadas por quem não é empreendedor. A ação estratégica consiste em um conjunto de ações que é obtido para selecionar e implementar as estratégias.

Portanto, segundo Ireland et al. (2001), integrar as duas ações resulta no crescimento e criação de riquezas pelas firmas, na qual a liderança tem um papel fundamental. Os líderes influenciam as habilidades das firmas em criar e sustentar os ganhos. Mesmo em grandes organizações, o papel de quem está liderando é crucial. Portanto, esses autores enfatizam a criação de riquezas como sendo o cerne do empreendedorismo e da gestão estratégica, assim como Barney (2010) alegou que a gestão estratégica da firma deve ser direcionada ao entendimento do empreendedorismo.

Assim sendo, o referencial teórico do presente trabalho apresenta as nuances do Empreendedorismo na internacionalização (EI), conseqüentemente, do EI em si mesmo. Contudo, o foco está no EI, na tentativa de categorizá-lo como perspectiva teórica, como escola do empreendedorismo, pois autores revisados (MARCOTTE, 2004; ETEMAD,

2005; OVIATT; McDOUGALL, 2005a; 2005b) indicam que, embora os estudos de EI partam da expansão do empreendedorismo, não incluem essa categoria em seus modelos.

O Empreendedor e as nuances do empreendedorismo enquanto campo teórico

Bruyat e Julien (2000) destacam o fato de que o objeto dos estudos científicos na área do empreendedorismo concerne no diálogo entre os indivíduos e a nova criação de valor. Apenas se compreende o que vem a ser empreendedorismo se se entende o indivíduo empreendedor, que não responde passivamente ao ambiente e sim o cria, influencia-o e aprende com ele. Contudo, autores alegam que não há uma consolidação teórica por não haver um entendimento do objeto estudado por essa área.

No entanto, os empreendedores surgem e dinamizam as atividades produtivas com sua capacidade de criar e adicionar valor ao que está sendo produzido. Ele dinamiza o setor com novidades, sejam estas relacionadas ao produto ofertado, ao processo produtivo ou até mesmo dinamizando as práticas de gestão do negócio com sua cadeia produtiva. O empreendedor é o indivíduo que, apesar da objetividade, tem uma visão ampla da realidade e busca sempre a inovação com base na aprendizagem contínua. É uma pessoa que têm altos níveis de consciência do ambiente em que vive para detectar oportunidades de negócio e aprender sobre elas. Também, pode-se concluir que agindo dessa forma, toma decisões moderadamente arriscadas (FILION, 1999a, 1999b; SILBERZAHN, 2014).

Empreendedor é entendido como a ligação (nexus) entre empreendimento individual e oportunidades valorosas

(ECKHARDT; SHANE, 2003). Nesse sentido, os autores defendem o fato de que as teorias sobre empreendedorismo devem se basear na existência de oportunidades e na ação dos agentes e não apenas no entendimento das características destes. Também, Eckhardt e Shane (2003) alegam que as primeiras teorias focaram diferenças entre pessoas empreendedoras ao invés de diferentes acessos a informação. O que é, segundo a obra de 2003, incompleta para se entender o empreendedorismo.

Entender o assunto é algo complexo, por estar ligado às características da personalidade humana. Observar o fenômeno “empreendedorismo” se traduz em buscar entender o perfil do empreendedor. Quem ele é; o que ele aprende; como se comporta; o que ele faz; que habilidades necessita; como elabora a estratégia da organização; dentre outras questões na tentativa de definir quem é a pessoa empreendedora, o empreendedor (CUNNINGHAM; LISCHERON, 1991; FILION; 1991, 1999a, 1999b, 2000; HISRICH; PETERS, 2004; LUCENA, 2006; MCCARTHY, 2003; MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000).

De acordo com Filion (1999b), são duas as vertentes que se propõem a estudar o tema: (1) os economistas, que definem empreendedores como organizadores de negócios e inovadores, aqueles que surgem com uma nova dinâmica econômica de negócio; e (2) os comportamentalistas, que apresentam um conjunto de características comuns aos empreendedores como criatividade, capacidade de correr riscos, energia, otimismo, inovação, iniciativa, flexibilidade, capacidade de aprendizagem, dentre outras. Essa mesma divisão é apresentada em Borini et al. (2006) na seção a seguir, sobre os estudos que tratam da

internacionalização de firmas. Porém, Souza, Trindade e Freire (2010) após revisarem algumas classificações, incluíram a vertente sociológica, na qual os principais aspectos abordados, de cunho construtivista e existencial, são os valores e as relações sociais do empreendedor.

O caráter singular dos empreendedores, seu comportamento e sua personalidade influencia diretamente os rumos do negócio, particularmente, no processo de formação estratégica e na estruturação da organização (MCCARTHY, 2003; MILLER; KETS DE VRIES; TOULOUSE, 1982). Também, ressalta-se o fato de que o intento do empreendedor é dinamizar um negócio, para que ele cresça e se estabeleça (MORRISON; BREEN; ALI, 2003). Embora, na prática, muitos não estejam preparados ao crescimento (FILION, 2015).

Portanto, o empreendedor tem como característica latente ser um visionário (FILION, 1999a). A empresa está intimamente relacionada ao modo como este líder único a encara (SHEIN, 1983). Todas as suas experiências, pensamentos e aprendizado moldam o caminho que a empresa vai seguir (LUCENA, 2006; TEIXEIRA; MORRISON, 2004). Fatores como a necessidade de estar no controle, carência por independência e busca pela realização são alguns dos sentimentos que motivam um indivíduo e o transformam em empreendedor (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000).

Nesse sentido, e considerando a característica de o empreendedor ser um visionário, tem-se que a visão do empreendedor é a forma mais comum de antecipação de uma situação futura, de uma estratégia, apesar de não ser um processo claro de formação estratégica, tal qual é o surgimento de um plano de ação. Dessa forma, pode-se concluir que os empreendedores são raramente estrategistas,

que pensam de acordo com princípios racionais de planejamento de longo prazo. Ao invés desse comportamento, eles agem por instinto, intuição e impulso (MCCARTHY, 2003). De Wit e Meyer (2004) entendem que a intuição é mais desenvolvida quando condições de propagação de conhecimento tácito são mais facilitadas, talvez por redes de relacionamentos. Redes que o empreendedor se utiliza para formar o seu ecossistema, que está em constante mutação, para usufruir dos recursos e de informações, para aprender, inovar e crescer (FILION, 2015, p. 16).

Aspectos ambientais, portanto, também contribuem de forma positiva para a formação “empreendedora”. Embora seja um tema complexo em seu entendimento, por envolver dois fenômenos: a presença de oportunidades e da empresa individual, Shane e Venkataraman (2000) apontam para o fato de que o tema empreendedorismo é voltado para a busca de “oportunidades empreendedoras”. Esses autores destacam que o estudo do empreendedorismo é alicerçado em três questionamentos, tentando responder o porquê, quando e como, quais sejam: (1) as oportunidades de criação de produtos se tornam possíveis; (2) algumas pessoas e não outras descobrem e exploram essas oportunidades; e (3) diferentes formas de ação são usadas para explorar essas oportunidades empreendedoras.

Segundo Singh (2001), Shane e Venkataraman (2000) foram os primeiros a definir empreendedorismo com o reconhecimento e exploração de oportunidades empreendedoras. Singh (2001), portanto, destaca: “Quais são as oportunidades empreendedoras?” Nesse sentido, alega que as oportunidades são atrativas, duráveis, oportunas e a “janela de oportunidade” surge primeiro ao first movers. No entanto, há espaço para críticas a

este trabalho no sentido de que a melhor questão seria: “Quem é o empreendedor?”. Contudo, a definição de quem ele seja deve estar atrelado à definição mais clara do que vem a ser de fato uma oportunidade empreendedora. Nesse contexto, Singh (2001) explora, em sua definição, um conceito de oportunidade empreendedora semelhante ao de inovação de Schumpeter (1988). Eckhardt e Shane (2003) que tratam as oportunidades em termos delas serem valiosas e de gerarem lucratividade à firma e que alicercem o desenvolvimento de algo útil. A vida da oportunidade depende, segundo esses autores, de fatores/mecanismos que limitam sua imitação.

Ainda circunscrito ao fator ambiente, questões como círculo familiar durante a infância, nível educacional, seus valores pessoais, idade empresarial (idade do empreendedor refletida na experiência), histórico profissional e suas motivações, influenciam na formação do empreendedor e do empreendimento (LUCENA, 2006; REUBER; FISHER, 1999; TEIXEIRA; MORRISON, 2004).

Outro fator de relevância é o modelo de desempenho (indivíduos que influenciam a escolha e o estilo de carreira de um empreendedor) adotado pelo indivíduo, assim como sua rede de apoio moral (aqueles que fornecem apoio psicológico) e a rede de apoio profissional (os que o auxiliam na atividade empreendedora). Assim, como é possível constatar, a formação de um indivíduo empreendedor se baseia tanto em suas experiências pessoais e características singulares, quanto dos demais que estão em seu entorno, conforme explica Filion (1999a). “O empreendedor é visualizado como aquele que busca a melhor combinação possível de diferentes recursos produtivos, situados

dentro ou fora da empresa, criando uma unidade produtiva em melhores condições de negociar no mercado” (VALE; WILKINSON; AMÂNCIO, 2008, p.4). É, portanto, inerente a qualquer firma, em sua natureza (COASE, 1937).

Também, pode-se dizer que o empreendedor se utiliza de buracos estruturais nas redes de empresas estabelecidas (LAZZARINI, 2008) para o estabelecimento e descobertas das oportunidades. “Apenas onde existe diferenciação no interior da estrutura social é possível o surgimento do empreendedor, pois tal fato permite a ele captar e conectar recursos produtivos socialmente dispersos” (VALE; WILKINSON; AMÂNCIO, 2008, p. 5). É o caso de empreendedores que descobrem as oportunidades por meio do uso de sua rede de relacionamentos, por exemplo.

Destarte, em organizações de micro e pequeno porte, bem como, algumas de médio porte, a competência essencial para o desenvolvimento do negócio materializa-se na figura de seu dirigente, comumente o empreendedor que iniciou o negócio. “As organizações criadas por empreendedores, no entanto, são, na realidade, uma extrapolação de seus mundos subjetivos” (FILION, 2000, p. 3). Quando essa extrapolação ocorre, em consonância com Mintzberg, Ahlstrand, Lampel (2000), pode-se dizer que a estratégia de negócio é confeccionada na mente do empreendedor, portanto é deliberada e emergente. A estratégia terá por enfoque a mudança de perspectiva do negócio.

A pesquisa realizada por McCarthy (2003) apresenta conclusões que corroboram nesse sentido. O estudo expõe que a organização de pequeno e médio porte trabalha com o tipo de estratégia emergente, relacionada ao ambiente no qual o empreendedor opera em

conjunto com a sua característica de personalidade.

Segundo De Wit e Meyer (2004), a forma de pensar, de saber é conhecida como cognição. Essa cognição é o que se encontra na mente de uma pessoa e, no caso do estrategista, é dividida em três formas de abordagens: (1) no que tange ao raciocínio lógico; (2) em relação aos modelos mentais, onde os mapas cognitivos são desenvolvidos; e, por fim (3) no nível mais consistente, encontram-se as faculdades mentais, onde estão as habilidades cognitivas.

Vale destacar que De Wit e Meyer (2004) mencionam o fato de que a identificação de um problema de cunho estratégico, comumente, não é fruto da observação racional, como se pensava. Embora, possa ocorrer, para a captação de problemas, uma análise explícita do que se passa, a resolução deles ocorre, sobretudo, de forma intuitiva. Ou seja, referenda-se o argumento de que, embora não sejam estrategistas (McCARTHY, 2003), os empreendedores, por agir intuitivamente, podem ser bons solucionadores de problemas estratégicos. Se esse raciocínio procede, então esse indivíduo é o cerne, o principal recurso que as firmas têm para se internacionalizar.

No entanto, neste ensaio teórico, considera-se o empreendedor como “fazedor” de estratégias, que são deliberadas e emergentes ao mesmo tempo (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000). Tendo em vista as estratégias deliberadas e emergentes, De Wit e Meyer (2004) relacionam ao fato de que essas duas formas possuem perspectivas distintas, ao atentar para a maneira como o processo da formação da estratégia possa surgir. Em relação à estratégia deliberada, a perspectiva que se enquadra é relacionada ao planejamento estratégico. No que tange à estratégia emergente, os autores apontam

com mais detalhes à perspectiva do incrementalismo, nesses contextos, mostram-se, os planos, ineficientes.

Algumas categorizações dos estudos sobre empreendedorismo e empreendedor

Após a discussão sobre empreendedorismo, e mais enfaticamente, a respeito do indivíduo empreendedor, tem-se a necessidade de categorizar os estudos sob alguns preceitos para facilitar o entendimento proposto no presente trabalho. Até então, quando se abordava o empreendedorismo, apontava-se ao indivíduo como o nível de análise principal. Contudo, assim como Marcotte (2004) apresenta os três níveis de análise do EI, a saber, indivíduo, grupo e organização, destacam-se os níveis de análise das teorias abordadas sobre o empreendedorismo.

Primeiro, Cunningham e Lischeron (1991) categorizaram seis escolas do pensamento empreendedor, que podem ser divididas de acordo com o enfoque de estudo. Assim, características da personalidade do empreendedor, oportunidades, administração e adaptação a um negócio existente são fatores que determinam as escolas. Esses autores apontam diferenças entre empreendedorismo individual, buscando entender as nuances do indivíduo que empreende, e empreendedorismo cooperativo. Assim, pode-se concluir que o enfoque está no negócio e não na pessoa, ou seja, como o negócio se desenvolve e estabelece em consonância com as particularidades admitidas em cada bloco.

Dessa forma, Cunningham e Lischeron (1991) apresentam seis escolas de estudos do empreendedorismo, destacando os diferentes contextos / situações do negócio que requerem comportamentos ou habilidades distintas, o que remete ao

entendimento das escolas. Assim sendo, os autores apresentam quatro categorias gerais

de classificação e dentro delas se encontram as escolas, conforme quadro 1.

Categoria	Valorizando Características Pessoais	Reconhecendo Oportunidades	Atuando e Gerenciando	Revalorizando e Adaptando
Escola	1- "Grande Pessoa" 2- Características Psicológicas	3- Clássica	4- Gerenciamento 5- Liderança	6- Intra-empresarial

Quadro 1. As escolas do empreendedorismo e suas categorias

Fonte: Cunningham e Lischeron (1991)

No quadro 2, os detalhes propostos por cada uma das escolas de Cunningham e Lischeron (1991) são apresentados.

Modelo	Foco Central ou Proposta	Suposição	Comportamento e Habilidades	Situação	Definição de Empreendedor
Escola da "Grande Personalidade"	O empreendedor possui uma habilidade intuitiva - um sexto sentido - um trato e instinto que nasceu com ele.	Sem essa intuição interna, o indivíduo seria como o resto de nós mortais que "faltam esse quê".	Intuição, vigor, energia, persistência e autoestima.	Start-up.	"Pessoa de Extraordinário Sucesso"
Escola das Características Psicológicas	Empreendedores têm valores, atitudes e necessidades únicos que os conduzem.	Pessoas agem de acordo com seus valores; comportamentos resultam da tentativa de satisfazer necessidades.	Valores pessoais, tomador de riscos, necessidade por êxito/sucesso e outros	Start-up	Fundador; Controlador dos meios de produção
Escola Clássica	A característica central no comportamento empreendedor é a inovação.	O aspecto crítico do empreendedorismo está no processo de fazer ao invés de possuir.	Inovação, criatividade e descoberta.	Start-up e crescimento recente.	Pessoas que fazem inovações tolerando riscos e incertezas; "Destruição Criativa"
Escola de Gestão	Empreendedores são organizadores de empreendimentos econômicos; eles são pessoas que organizam, possuem, gerenciam e assumem riscos	Empreendedores podem ser desenvolvidos ou treinados em funções técnicas de gestão.	Planejamento da Produção, Organização de pessoas, Capitalização e Orçamento	Crescimento recente e maturidade.	Criação de Valor por meio do reconhecimento da oportunidade de negócio, gestão de riscos por meio da comunicação e gerenciamento da mobilização de habilidades

Escola da Liderança	Empreendedores são líderes de pessoas; eles têm habilidades de adaptar seu estilo a necessidades das pessoas.	Um empreendedor não pode cumprir seus objetivos sozinho, mas em dependência de outros.	Motivador, direcionador e líder.	Crescimento recente e maturidade.	“Arquiteto Social”; Promoção e proteção de valores.
Escola do Intra-empendedorismo	Habilidades empreendedoras podem ser utilizadas em organizações complexas; Intra-empendedorismo é desenvolvido em unidades independentes	Organizações precisam se adaptar para sobreviver; Atividades empreendedoras lidam com o crescimento organizacional e os empreendedores tornam-se gestores.	Atenção às oportunidades, Maximizar decisões.	Maturidade e Mudança	Aquele que empurra o conjunto para a promoção de inovação

Quadro 2. As escolas de empreendedorismo e suas implicações

Fonte: Adaptado de Cunningham e Licsheron (1991, p. 47 e 56)

Em termos de trabalhos que propõem uma categorização dos estudos do empreendedorismo no Brasil, o mais representativo é o desenvolvido por Souza, Trindade e Freire (2010). No artigo, os autores categorizam os estudos, nacionais e internacionais, com base no que denominam

de perspectivas teóricas comuns. Inclusive nessa categorização está inserida a abordada por Cunningham e Lischeron (1991), todavia, é necessário mantê-la à parte devido ao fato de abordar o momento / situação na qual a organização se encontra.

	GRUPO A	GRUPO B	GRUPO C
Perspectivas Teóricas	Econômica Clássica Gerenciamento	Comportamental Grande Homem Características Psicológicas Traços de Personalidade Humanista	Sociológica Construtivista Existencial
Fatores	Inovação Oportunidade Lucro Risco Crescimento Desenvolvimento Econômico Racionalidade	Intuição Valores Atitudes Autonomia Autoconfiança Criatividade Personalidade Comportamento Características Psicológicas Autorrealização Necessidades Agentes de Mudança	Valores Ambiente Relações Sociais

Quadro 3. Perspectivas teóricas do empreendedorismo e seus fatores em Comum

Fonte: Adaptado de Souza, Trindade e Freire (2010, p. 51)

Devido a sua importância, o empreendedorismo é estudado por economistas, psicólogos e sociólogos (SOUZA; TRINDADE; FREIRE, 2010, p. 42).

“Empreendedorismo ou espírito empreendedor (*entrepreneurship*) é um processo pelo qual os indivíduos procuram oportunidades, satisfazendo necessidades e desejos por meio da inovação, sem levar em conta os recursos que controlam no momento” (SOUZA; TRINDADE; FREIRE, 2010, p. 43). O empreendedor pode vir a visualizar recursos que sejam necessários de se ter no futuro e buscar a oportunidade de explorá-los, a semelhança do que Shane e Venkataraman (2000) defenderam em seu trabalho, e do que Fillion (2015) denomina de sistema empreendedor. Dessa forma, a questão de gerenciar recursos não é necessária ao desenvolvimento desse espírito e sim de oportunidades. Bem como, o empreendedorismo, enquanto fenômeno de estudo, pode ser encarado como apenas uma promessa, particularmente, do sujeito empreendedor, que busca a realização plena do ser (BOAVA; MACEDO, 2011).

Portanto, esses são os preceitos teóricos que alicerçam o referencial sobre o empreendedorismo e algumas de suas categorizações. Nesse último caso, destaca-se o fato de que Souza, Trindade e Freire (2010) conduziram um trabalho de êxito ao classificar as perspectivas teóricas do empreendedorismo. Por fim, tendo por base os autores mencionados, o nível de análise principal nos estudos de Empreendedorismo é o indivíduo, assim como nos estudos de EI (MARCOTTE, 2004). Porém, as teorias de internacionalização enfocam mais o entendimento de grupos e, sobretudo, de firmas no processo da internacionalização.

Empreendedorismo internacional: continuidade teórica real ou aparente?

Segundo Etemad (2005), a aceleração e a globalização modificaram dois campos de

estudo: Empreendedorismo e Negócios Internacionais (NI). Também, esse contexto em conjunto com o entendimento desses dois campos de estudo fez surgir o EI, que trata da influência do empreendedorismo na internacionalização. Oviatt e McDougall (2005b) definem EI, como o desenvolvimento de um novo negócio internacional ou de start-up que, desde sua fundação, engaja-se em negócios internacionais. Oviatt e McDougall (2005b) fazem interseção entre NI e empreendedorismo, alegando que o conceito ainda não se modificou muito ao longo do tempo, isso considerando a publicação de sua pesquisa em 1994. Interseção que é compartilhada por Marcotte (2004), porém, esse autor alega que a gestão internacional, como sendo determinante e a inserção da internacionalização, enquanto campo de estudo, auxilia o entendimento. Segundo Marcotte (2004), McDougall e Oviatt (2000) foram os primeiros que produziram um trabalho que atentou a essa inserção.

Dessa forma, por ser um campo de estudo relativamente novo, não possui uma visão paradigmática aparente, o que é destacado por Marcotte (2004), por isso há o interesse de pesquisa sobre o problema, para se contribuir na formação de paradigma do EI. Também, o campo encontra-se fragmentado com ausência de unificação de teoria única e robusta (ETEMAD, 2005). Estudos que associem teorias de NI com empreendedorismo são proeminentes, como apontado no trabalho editorial de Dimitratos e Jones (2005). O campo de estudo de EI está sendo modificado teoricamente e metodologicamente devido a sua complexidade decorrente da ligação das duas escolas mencionadas. Alegam Dimitratos e Jones (2005) que alguns trabalhos voltam-se

às “*Born globals*” e “novos negócios internacionais”.

Já Etemad (2005) busca desenvolver o paralelo, referenciado como *concept of nexus* entre “empreendedorismo” e “oportunidades em escala global”. Portanto, o EI responderia a maiores possibilidades de oportunidades, pois lida com o ambiente internacional. Nesse sentido, segundo Etemad (2005) deve se ver: (1) internacionalização de operações empreendedoras, de micro e pequenas empresas (MPE’s); e (2) intra-empreendedorismo em grandes empreendimentos como as multinacionais (MNE’s). No entanto, McDougall e Oviatt (2000) alegam que essa divisão vem sendo erodida em decorrência da competição mais acentuada de negócios em termos globais, o que demanda “inovações empreendedoras”, para a manutenção da vantagem competitiva. Entretanto, McDougall e Oviatt (2000) apresentam uma distinção entre os pesquisadores de NI, que analisam as multinacionais e os de empreendedorismo, que se preocupam com a questão da criação e gestão de um novo negócio. Trata-se de uma conotação um pouco diferente, porém não antagônica. McDougall e Oviatt (2000) definem o EI como uma atividade no nível da firma com o ambiente internacional, porém, à época de sua publicação, o enfoque era puramente econômico. Atualmente, outras conotações, como o ganho social deve ser considerado na discussão.

Etemad (2005) alega que se deve distinguir: (1) entre mercados nacionais e internacionais; e (2) entre MPE’s que são domésticas e MNEs que são firmas que atuam de modo internacional. Também, em termos de compreensão do ambiente de atuação das empresas internacionais, deve-se distinguir (3) entre firmas de países industrializados e não industrializados, no qual os primeiros países têm melhor acesso a

comunicações, conhecimento e aprendizado. Ou seja, esta última realidade é melhor ao desenvolvimento de empreendedores.

Marcotte (2004) alega que o EI, assim como outras áreas de estudo, compartilham de domínios de outros campos de pesquisa. Especialmente no que tange ao entendimento do que vem a ser EI como junção de estudos de empreendedorismo e NI. Nesse caminho, a intenção de reduzir os assuntos pesquisados no EI criaria um próprio paradigma. Vale destacar o fato de que Marcotte (2004) separa o entendimento do EI, em termos de estudo, em três níveis, nos quais podem abarcar: (1) indivíduo; (2) grupo; e (3) organização. Nesse sentido, Marcotte (2004) alega que as pesquisas estão voltando seus olhares à questão cognitiva e interpretativa do empreendedor, em termos de gerenciar seu conhecimento e aprendizagem, como variável independente, que são recursos de identificação de oportunidades. Além de mencionar que os estudos devem contemplar grandes e pequenas organizações, Marcotte (2004) aponta ao caso das grandes, no processo de se internacionalizar, de se tornarem multinacionais, e no caso das pequenas, nas que já passam a atuar internacionalmente desde sua fundação.

Conhecimento é o recurso para conhecer/descobrir oportunidades, portanto, no EI é definido sob duas formas (MARCOTTE, 2004): (1) pela capacidade de percepção dos indivíduos, grupos e organização de perceber oportunidades em âmbito internacional e aprender como avaliá-las, sendo a aprendizagem um processo de troca contínuo; e (2) pelo aumento da inovação por novos produtos com parceiros de outro país. Dessa forma, nessas duas propostas residem epistemologias diferentes que são analisadas.

Marcotte (2004) apresenta como questão epistemológica: como se encontra o conhecimento das oportunidades por parte dos empreendedores? Dessa forma, seria interessante ver a possibilidade de entender o lidar com recursos e categorizar o fenômeno do EI a semelhança das escolas de Cunnigham e Lischeron (1991). Marcotte (2004) destaca a influência de Schumpeter na qual os empreendedores se debruçam sobre a base de recursos, combinando-os, sobretudo os tangíveis, de forma a ofertar à sociedade novas “possibilidades”. Nessa linha de raciocínio, conhecimento pode ser transferido de uma firma à outra. Assim sendo, o processo no qual o empreendedor põe o conhecimento em ação deve ser entendido. Um paradigma próprio ao empreendedorismo deve explicar como ocorrem trocas entre os empreendedores. Portanto, ao se inserir o método cognitivo de análise, assim como proposto por Zahra, Korri e Yu (2005), permitiria o surgimento de um paradigma interpretativo.

Nesse mesmo pensamento, Dimitratos e Jones (2005), revisando Zahra, Korri e Yu (2005), sugerem que o EI deve ser estudado como um processo cognitivo, enfocando as diferenças de personalidade e atitudes entre os empreendedores. Zahra, Korri e Yu (2005), segundo Dimitratos e Jones (2005) focam-se nas *Born Globals*. O enfoque dessa introdução ao entendimento cognitivo ocorreu na ênfase das oportunidades, e de suas percepções pelos gestores, sobre o que os influenciam em tal descoberta.

Mencionando McDougall e Oviatt (2000), Dimitratos e Jones (2005) alegam que o EI requer inovação, assumir riscos, proatividade além das fronteiras ao mercado internacional, bem como, esclarecem que a organização vê e interpreta o ambiente aos

olhos do gestor. Portanto, o nível de análise volta-se ao indivíduo. Nesse sentido, supõe-se que poderia ser também aos olhos de seu empreendedor que está à frente do negócio, assim como Shein (1983) alega sobre o empreendedorismo, no qual a empresa está intimamente relacionada ao modo como este líder único a encara. Ou seja, os trabalhos revisados de 2000 e 2005 abordam a questão de quem vê a oportunidade, logo quem deve ver é o empreendedor.

A busca de oportunidades internacionais, enquanto tema de estudo, cresceu com o EI em relação às possibilidades de fazer negócios externos. Por fim, Dimitratos e Jones (2005) alegam que empreendimentos internacionais, que já nascem dessa forma, são mais rápidos que as firmas que se internacionalizam. O que traz uma confusão em termos de determinação de nível de análise, pois, ao propor agenda de pesquisa futura sobre EI, Dimitratos e Jones (2005) focam as firmas empreendedoras e não o indivíduo.

Segundo McDougall e Oviatt (2003), no início dos estudos da área, o EI era visto como campo que incluía (1) comparação de comportamento do empreendedor em diversas culturas e (2) o comportamento organizacional que se expande pelas nações. Portanto, análises dos níveis individual, grupal e organizacional nos estudos podem ser feitas. Dessa forma, o EI tem envolvido o foco em novos negócios e inclui empreendedorismo corporativo. McDougall e Oviatt (2003) alegam que a definição de Empreendedorismo ainda não está consolidada, todavia, os autores preferem se utilizar da definição de Shane e Venkataraman (2000) que enfatizam o Empreendedorismo em duas partes: (1) oportunidades e (2) indivíduos que tentam

obter vantagens sobre elas. Por outro lado, McDougall e Oviatt (2003) e Oviatt e McDougall (2005a) consideram o fato de que as oportunidades não são tão objetivas como pregam Shane e Venkataraman (2000), há questão do meio social. Meio que é definido como sistema empreendedor por Fillion (2015). Assim, McDougall e Oviatt (2003, p. 7) apresentam a definição de EI como sendo: *“International entrepreneurship is the discovery, enactment, evaluation, and exploitation of opportunities – across national borders--to create future goods and services”*.

Fernandes e Seifert Junior (2006) tratam da tipologia de Oviatt e McDougall (2005b) que classificam os novos empreendimentos internacionais (NEI). Contudo, Oviatt e McDougall (2005b) não avaliam, segundo Fernandes e Seifert Junior (2006, p.1), questões importantes como “perfil do empreendedor, valores organizacionais, contexto de referência e estratégias de internacionalização”, que são incluídos e discutidos no presente trabalho. Dos pontos elencados, considera-se o perfil do empreendedor com mais ênfase. Também, o contexto de referência formado por valores e crenças retidos na estrutura de conhecimento compartilhada por membros da organização. Esse contexto ocorre no ambiente técnico e institucional nos níveis de análise local regional, nacional e internacional. No caso em que se pretende enfocar, ressalta-se o ambiente doméstico e internacional. Quanto à estratégia de internacionalização, Fernandes e Seifert Junior (2006) envolvem duas dimensões: deliberada x emergente, pró-ativo x reativo, a semelhança de De Wit e Meyer (2004).

Contudo, para Zahra e George (2002), a integração das teorias de empreendedorismo e novos negócios para compreender o EI ocorre com o uso de teorias existentes das estratégias emergentes, que são

ligadas às decisões emergentes do indivíduo empreendedor. Como variável de estudo do EI, os autores mencionam o time de gestão de topo, que são responsáveis pelas decisões estratégicas, destacando a experiência do executivo sênior como fator importante na inserção internacional da firma. Portanto, Zahra e George (2002) trabalharam convergências e divergências entre EI, Empreendedorismo e Estratégia.

Oviatt e McDougall (2005a) afirmam que o campo de estudo de EI é amplo e multidisciplinar, por isso há oportunidade de desenvolver amplas questões de pesquisas utilizando-se de teorias existentes que podem ser aplicadas com êxito. No entanto, ao tratarem a questão da descoberta e da exploração de oportunidades como cerne do conceito de EI, Oviatt e McDougall (2005a) alegam que quem descobre, processa, avalia e explora oportunidades são os atores de empreendimentos internacionais e esses atores podem ser do nível individual, grupal ou da firma. Neste sentido, percebe-se certa ênfase ao destacar a questão do indivíduo como ponto de partida ao entendimento dos outros dois níveis, pois, no nível individual, do empreendedor, está uma das características da natureza da firma (COASE, 1937).

Zahra, Korri e Yu (2005) fazem uma revisão sobre as teorias de internacionalização, assim como a realizada no presente estudo, tratando e revisando parte significativa da bibliografia aqui revisada. Porém, o mais interessante a destacar é a questão da distância psíquica em termos das “aventuras”, em busca de oportunidades, que o empreendedor procura além de suas fronteiras. No entanto, eles destacam o fato de que se deve ter atenção ao fator cognitivo nas pesquisas de EI, pois as decisões de empreendedores não necessariamente seguem uma lógica racional

pura e simples. Apesar dos autores defenderem a visão cognitiva para tratar o EI, alegam que a mensuração da cognição empreendedora é uma tarefa quase que impossível. Afirmam que os estudos podem mensurar e analisar o comportamento do indivíduo, porém, é difícil descobrir como o indivíduo pensa.

Zahra, Korri e Yu (2005) concluem que o ator é o principal aspecto a ser considerado em termos de ver o ambiente sobre uma nova perspectiva. Caberia, portanto, uma delimitação precisa de quem viria a ser esse ator: o indivíduo, o grupo ou a firma? Acredita-se, consoante o problema e o objetivo que motivaram a confecção deste artigo, que a esfera individual é a mais enfatizada nos estudos revisados. Portanto, ao se pensar assim, as teorias abordadas aqui sobre empreendedorismo, em particular no que tange à categorização em escolas / perspectivas teóricas podem ser utilizadas. Como sugestão ao desenvolvimento de pesquisas futuras, Zahra, Korri e Yu (2005) apontam para o entendimento do mapa mental por meio da realização de estudos de casos.

Embora não tenha tido a mesma intenção, de desenvolver / entender mapas mentais, Fillion (2015) desenvolveu estudos de casos de empreendedores de sucesso no Québec / Canadá. Neste estudo, é notória a conclusão de que a propulsão à organização ir atuar além das fronteiras nacionais é catalisada pelo seu empreendedor. Portanto, a próxima seção amplia a discussão sobre o assunto.

DISCUSSÕES

Melin (1992) trata a internacionalização de empresas como sendo um processo estratégico da firma, que ocorre quando está numa fase mais madura em termos de utilização e conhecimento de seus recursos. Há a possibilidade dela estar sendo gerenciada por intra-empresários. Categoriza-se, portanto, esse momento dentro da Escola do Intra-empresariado de Cunningham e Lischeron (1991). Ao atuar em mercados internacionais, geralmente, a organização passa por períodos de mudanças, nessas situações indivíduos com atitudes empreendedoras podem colaborar no desenvolvimento de uma estratégia de internacionalização de êxito.

Assim sendo, Marcotte (2004) apresenta como questão epistemológica: como se encontra o conhecimento das oportunidades por parte dos empreendedores? Dessa forma, seria interessante ver a possibilidade de entender o lidar com recursos e categorizar nas escolas de Cunningham e Lischeron (1991), como também nos três grupos de Souza, Trindade e Freire (2010), que consideram os fatores e as perspectivas teóricas econômicas, comportamentais e sociológicas do empreendedorismo. Este poderia ser um caminho para se começar a categorizar o EI, em termos das contribuições das mais diversas áreas de conhecimento para entender melhor o papel do empreendedor no processo de internacionalização de empreendimentos.

Nesse sentido, Oviatt e McDougall (2005b) destacam os recursos e a proteção que as firmas exercem sobre eles como tentativa de torná-los inimitáveis. O conhecimento por exemplo, é um recurso chave, com potencial para se obter sucesso empresarial. Essa é uma questão que se precisa ter atenção. O aspecto

limitante às pesquisas está na dificuldade de não ter como investigar o desenvolvimento de tal conhecimento na mente do empreendedor. Zahra, Korri e Yu (2005) inclusive referendam a questão de que não se capta a cognição empreendedora, apenas o comportamento evidenciado. Se essa linha de raciocínio for procedente, então, se inferisse que o empreendedor é o principal recurso da organização, não importando nesse momento de inferência teórica qual a escola de Cunningham e Lischeron (1991) considerada, nem o grupo de Souza, Trindade e Freire (2010).

Outra discussão está relacionada a uma crítica tecida por Etemad (2005), em que considera o empreendedorismo focado nos empreendedores e no processo empreendedor e esquece do crescimento internacional das firmas. O que antagoniza com os trabalhos que abordam o EI, como o exposto por McDougall e Oviatt (2000), que definem o EI como uma atividade no nível da firma com o ambiente internacional. Contudo, Dimitratos e Jones (2005) esclarecem que a interpretação do ambiente depende do olhar do gestor. Esse é o ponto de partida para qualquer estudo de empreendedorismo, incluindo os de EI, considerando o fato de que o intuito da gestão ou do empreendedor é que a firma cresça e se estabeleça (PENROSE, 2009; SHEIN, 1983). Tal fato também foi evidenciado nos casos estudados por Filion (2015). Segundo este autor, o crescimento, seja ou não além das fronteiras nacionais, é fator presente desde a criação das empresas, na visão de seus empreendedores, sejam estes fundadores ou empreendedores (repreneurs). Para Filion (2015, p. 12), crescer é pensar em inovação e na utilização de recursos e na concepção de produtos para agregar valor à sociedade. O crescimento está inerente ao empreendedorismo.

Portanto, o nível de análise principal, nos estudos de Empreendedorismo é o indivíduo, assim como nos estudos de EI, segundo Marcotte (2004). Porém, as teorias de internacionalização enfocam mais para o entendimento de grupos e, sobretudo, de firmas no processo da internacionalização. Talvez, quando os estudos de EI seguir um determinado paradigma terão a consolidação em direção ao indivíduo empreendedor, como discutido por Marcotte (2004).

McDougall e Oviatt (2003), considerando a definição do Empreendedorismo de Shane e Venkataraman (2000) e incluindo a teoria das redes no seu trabalho, desenvolvem novos modelos de EI. Os autores explicam que acadêmicos de negócios internacionais juntamente com os do empreendedorismo devem produzir mais pesquisas conjuntas no sentido de desenvolverem modelos e arcabouços teóricos mais refinados. McDougall e Oviatt (2003) alegam que acadêmicos do Empreendedorismo e de NI são inseridos em duas áreas que pouco se conversam. McDougall e Oviatt (2000), ao revisarem artigos sobre EI em periódicos internacionais, observaram que diversos temas são observados nestas publicações como características do empreendedor e suas motivações. O nível individual de análise é ressaltado.

Desse modo, pode-se ter uma união dos estudos de Empreendedorismo e NI, amejando-se chegar ao EI, categorizando o EI em escolas acadêmicas a semelhança de Cunningham e Lischeron (1991) ou em perspectivas teóricas de Souza, Trindade e Freire (2010). Nesse sentido, tem-se uma perspectiva mais clara em termos de preceitos paradigmáticos do EI, como Marcotte (2004) apontou. Propõe-se este direcionar aos estudos acadêmicos que englobam o EI em tentativa de se ter um

norte de paradigma, no pensar do EI enquanto campo de estudo a ser desenvolvido. Contudo, nessa categorização se tem como ponto de partida, em termos de compreensão do processo EI, o indivíduo que empreende. Indivíduo que considera o crescimento de seu empreendimento, inclusive para além das fronteiras nacionais, em alguns casos, desde a sua fundação, ou ao longo do percurso do empreendimento (FILION, 2015).

Como categorização preliminar, propõe-se uma distinção das classes postas nos grupos de Souza, Trindade e Freire (2007) para todo e qualquer estudo a ser desenvolvido sob a temática do EI. Nesse sentido, as três perspectivas teóricas do empreendedorismo mais consolidadas, a saber, econômica, comportamental e sociológica, devem ser destacadas como pano de fundo. Essa proposição ocorre no intuito de se consolidar mais o campo de estudo. Porém, duas questões surgem: (1) tal atitude engessaria a visão multidisciplinar destacada por Marcotte (2004); e (2) comprometeria o entendimento da corrente de estudos de NI, em termos do entendimento a partir do nível da firma. Como resposta ao primeiro questionamento, alega-se, com base no mesmo autor referenciado, que, apesar de não se ter um paradigma consolidado de EI, esforços nessa direção são demandados. E sob o segundo questionamento, alega-se que o princípio do entendimento das ações da firma parte das ações gerenciais (DIMITRATOS; JONES, 2005), portanto, a ação individual culmina com as grupais, e consequentemente da firma.

Estudos teórico-empíricos contemporâneos reforçam tal compreensão, a exemplo da pesquisa de Leite e Moraes (2014) a qual revela que os empreendedores

internacionais agem para mitigar os riscos, desencadeando no direcionamento das empresas frente aos desafios organizacionais. Senik et al. (2011), ao analisar múltiplos casos, seguem nessa linha, assim entende-se a relevância do empreendedor para a internacionalização das empresas.

Porém, a divisão em escolas do empreendedorismo de Cunningham e Lischeron (1991) mostra-se interessante de ser aprofundada nos estudos de EI devido ao fato dela partir do indivíduo empreendedor, apontando suas características de comportamento e habilidades para cada categoria. No entanto, o que pode ser desenvolvido mais profundamente no campo do EI é a categorização das escolas com base na situação em que o empreendedor trabalha o negócio ou oportunidade por ele detectada e desenvolvida. Se os estudos partissem para assimilar melhor esse entendimento, complementar a divisão presente em alguns trabalhos (DIMITRATOS; JONES, 2005; ETEMAD, 2005; OVIATT; MCDOUGALL, 2005b) de *Born Global* e negócios estabelecidos que se aventuram na internacionalização, como resposta à vontade de crescer do empreendedor (FILION, 2015). Adentrar nas peculiaridades de cada escola com base na situação do negócio poderia possibilitar uma compreensão mais detalhada das características do empreendedor requeridas e dessa forma enriquecer os preceitos teóricos já consolidados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como consideração final ao término deste trabalho teórico, pode-se apontar o fato de não se ter esgotado as possibilidades de argumentações teóricas, pois se alicerçou em

teorias clássicas das áreas de estudo na qual o artigo pretendeu contrapor. Dessa forma, tem-se o entendimento de que pode haver estudos desconhecidos aos autores do trabalho, que atentaram ao viés teórico conferido ao artigo. No entanto, chamou-lhe à atenção o fato de que não foi encontrada a categorização em escolas ou perspectivas teóricas que “enquadrem” os mais diferentes estudos do EI.

Despertou o interesse o fato de que trabalhos analisados nesse ensaio afirmaram que o EI é a junção de duas áreas de estudo consagradas empreendedorismo e NI (OVIATT; McDOUGALL, 2005a, 2005b). Também, há a definição do EI como fruto da ação empreendedora em âmbito internacional (ETEMAD, 2005). Na busca do conhecimento, embora ainda não seja uma área consolidada, percebe-se que o enfoque de análise do empreendedorismo recai na ação empreendedora (EKHARDT; SHANE, 2003) em busca e descobertas de oportunidades empreendedoras (SHANE; VENKATARAMAN, 2000), que são obtidas pelo indivíduo que empreende, o empreendedor em suas características (CUNNINGHAM; LISCHERON, 1991; FILION, 1999a, 1999b). Crescer surge como alternativa do empreendedor para manter seu empreendimento rentável (FILION, 2015). Contudo, ao se voltar os olhos a estudos de EI, o nível de análise que se enfoca é o da firma que se internacionaliza (MCDUGALL; OVIATT, 2000).

Foram identificados Dimitratos e Jones (2005) como defensores de que EI nada mais seria do que as características de assumir riscos, de inovar e de ser proativo pelas firmas além das fronteiras nacionais. Esses autores esclarecem que a organização vê e interpreta o ambiente aos olhos do gestor de mais alta hierarquia e, com base neste, toma a decisão pertinente à empreitada

internacional. Também, foi identificado o estudo de Zahra, Korri e Yu (2005) que contrapõe o EI e a cognição, que é por definição processo mental individual. Porém, esses dois trabalhos não enfatizam claramente o nível individual de análise. O leitor deve fazer suas considerações sobre tal assunto ao lê-los.

Aqui foram apresentadas críticas no sentido de alcançar a unificação de nível de análise. Acredita-se que a união deve ser perseguida haja vista o fato de que os estudos de EI nasceram dos de empreendedorismo. Ao lidar com um processo “evolutivo”, deve-se, então, ter-se o nível de análise individual sendo focado a semelhança dos estudos revisados na seção 2.1 do trabalho. Talvez, nesse caminho haja uma consolidação, pois ver o empreendedorismo, mais voltado ao indivíduo, e NI, que está no nível de firma, como geradores do EI, resulta em confusões sobre qual deve ser o pressuposto de análise (MARCOTTE, 2004). Conclui-se, após o exposto, ser pertinente ter como ponto de partida o nível individual.

No entanto, outras vertentes teóricas podem ser inseridas para efetivar melhor o entendimento da proposição inicial do presente estudo, que foi apresentar a internacionalização de empresas como um processo conduzido e catalisado pelo indivíduo empreendedor. Nesse sentido, o aprofundamento de teorias presentes no campo da estratégia poderia ser proveitoso para enriquecer o viés de se ter o EI mais robusto em seus conceitos e determinações.

Assim sendo, com base no estudo de Kovacs, Moraes e Oliveira (2007), que enquadraram os clássicos das teorias da internacionalização extraindo seus principais conceitos-chave, pode-se inferir que estes conceitos se associam, de uma forma ou de outra aos preceitos propagados pela Visão Baseada em Recursos (RBV). Como Penrose

(2009) alegou que o intuito da firma é crescer e estabelecer por meio das práticas e da gestão, como o seu conhecimento, ou seja, por meio de indivíduos, poder-se-ia haver complemento teórico por meio do entendimento dos preceitos da RBV com a atuação empreendedora, individual notadamente, internacional. Inclusive nuances da RBV está inserida nas entrelinhas dos trabalhos de Ireland et al. (2001), Zahra e George (2002) e Oviatt e McDougall (2005a), bem como, em alguns casos abordados por Filion (2015).

Essa seria outra sugestão para desenvolvimento de futuros trabalhos, contrapor a RBV e a ação empreendedora, pois a ação estratégica é quem lida com recursos. Contudo o empreendedor é um

recurso organizacional, que contém recursos intangíveis em si como conhecimento, e catalisa outros recursos tangíveis. Entender esse viés por si já se apresenta desafiador, mais ainda no escopo dos estudos de EI.

REFERÊNCIAS

- BARNEY, J B. Reflections on the Field of Strategic Management. In: Encontro Nacional da Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 34, 2010. **Palestra Proferida...** Rio de Janeiro: Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 2010.
- BOAVA, D. L. T.; MACEDO, F. M. F. Empreendedorismo Explicitado à Maneira dos Filósofos. In: Encontro de Estudos em Estratégias, 5, Porto Alegre, RS, 15 a 17 de maio de 2011. **Anais...** Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, ANPAD, 2011.
- BORINI, F. M.; RIBEIRO; F. C. F.; COELHO, F. P.; PROENÇA, E. R.. O Prisma da Internacionalização: um estudo de caso. **FACES Revista de Administração**, v.5, n.3, p.42-55, set./dez. 2006.
- BOWMAN, E. H.; SINGH, H.; THOMAS, H. The domain of strategic management: History and Evolution. In PETTIGREW, A.; THOMAS, H.; WHITTINGTON, R. (Ed.). **Handbook of Strategy and Management**. London: SAGE Publications, 2002. Cap. 2, p. 31-52.
- BRUYAT, C.; JULIEN, P.-A. Defining the field of Research in Entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**; 16, p. 165-180, 2000.
- COASE, R. H. The Nature of the Firm. **Economica**. v. 4, n. 16, p. 386-405, Nov. 1937.
- CUNNINGHAM, J. B.; LISCHERON, J. Defining entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, v. 29, n. 1, p. 45-61, jan. 1991.

DE WIT, Bob.; MEYER, Ron. Introduction. In: _____. **Strategy: Process, Content, Context** – an international perspective. Thomson, 3rd Edition, Italy, 2004, pp. 3-47.

DIMITRATOS, P.; JONES, M. V. Future directions for international entrepreneurship research. (Guest Editorial). **International Business Review**, v. 14, p. 119-128, 2005.

ECKHARDT, J. T.; SHANE, S. A. Opportunities and Entrepreneurship. **Journal of Management**, v. 29, n. 3, p. 333-349, 2003.

ETEMAD, H. Entrepreneurial Internationalization or International Entrepreneurship (Guest Editor's Introduction). **Management International Review**, v. 45, p. 3-13, 2005.

FERNANDES, B. H. R.; SEIFERT JUNIOR, R. E.. Uma Tipologia de Novos Empreendimentos Internacionais. In: **Workshop de Internacionalização de Empresas**. São Paulo: FEA-USP, 2006, v. 1.

FILION, L. J. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, v. 39, n. 4, p. 6-20, out/dez. 1999a.

FILION, L. J. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração de Empresas**, v. 7, n. 3, p. 2-7, jul/set. 2000.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. v. 34, n. 2, p. 5-28, abr/jun. 1999b.

FILION, L. J. **La croissance d'entreprise: vision, agilité et doigté, six modèles inspirants**. Montréal/QC: Éditions JFD, 2015.

FILION, L. J. O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração**, v. 31, n. 3, p. 63-71, jul/set. 1991.

HISRIC, R.; PETERS, M.. O Indivíduo Empreendedor. In: _____. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004. Cap. 3.

IRELAND, R. D.; HITT, M. A.; CAMP, M.; SEXTON, D. L.. Integrating Entrepreneurship and Strategic Management actions to create firm wealth. **Academy of Management Executive**, v. 15, n. 1, p. 49-63, 2001.

KOVACS, E. P.; MORAES, W. F. A. de; OLIVEIRA, B. R. B. de. Redefinindo Conceitos: um ensaio teórico sobre os conceitos-chave das teorias de internacionalização. **Revista de Gestão da USP**, São Paulo, v. 14, n. especial, p.17-29, 2007.

LAZZARINI, S. G. **Empresas em Rede**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

LEITE, Y. V. P.; MORAES, W. F. A. de. Facetas do Risco no Empreendedorismo Internacional, **Revista de Administração Contemporânea – RAC**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, p. 96-117, Jan./Fev., 2014.

LUCENA, E. de A. Como Executivos de Pequenas Empresas Varejistas Aprendem? In: **XXX Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração**, Salvador, BA. set. 2006.

MARCOTTE, C.. Quel paradigme pour l'entrepreneuriat international?. **Canadian Journal of Administrative Sciences**, v. 21, n. 1, p. 97-106, 2004.

McCARTHY, B. The Impact of the Entrepreneur's Personality on the Strategy-Formation and Planning Process in SME's. **Irish Journal of Management**, v. 24, n. 1, p. 154-172, 2003.

McDOUGALL, P. P.; OVIATT, B. M. International entrepreneurship: The intersection of two research paths. **Academy of Management Journal**, v. 43, n. 5, p. 902-906, 2000.

McDOUGALL, P. P.; OVIATT, B. M. Some Fundamental Issues in International Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory & Practice**, p. 1-27, 2003.

MELIN, Leif. Internationalization as a strategy process. **Strategic Management Journal**. v. 13, p. 99-118, 1992.

MILLER, D.; KETS DE VRIES, M. F. R.; TOULOUSE, J.M. Top Executive Locus of Control and Its Relationship to Strategy-Making, Structure, and Environment. **Academy of Management Journal**, v. 25, n. 2, p. 237-253, jun, 1982.

MINTZBERG, H. Patterns in strategy formation. **Management Science**, v. 24, n. 9, p. 934-948, May, 1978.

MINTZBERG, H. Strategy-making in three modes. **California Management Review**, v. 16, n. 2, p.44-53, Winter, 1973.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia: um roteiro para a selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

MORRISON, A.; BREEN, J.; ALI, S. Small Business Growth: Intention, Ability, and Opportunity. **Journal of Small Business Management**, v. 41, n. 4, p. 417-425, 2003.

OVIATT, B. M.; McDOUGALL, P. P. Defining Internationalization Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization. **Entrepreneurship Theory & Practice**, September 2005a, p. 537-553.

OVIATT, B. M.; McDOUGALL, P. P. The internationalization of entrepreneurship. **Journal of International Business Studies**, v. 36, p. 2-8, 2005b.

PENROSE, E. T., **A teoria do crescimento da firma**. Editora da Unicamp, São Paulo, 2009, Prefácios, Cap. I - III, p.1-86.

REUBER, A. R.; FISCHER, E. Understanding The Consequences of Founders' Experience. **Journal of Small Business Management**, v. 37, n. 2, p. 30-45, 1999.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. 3.ed. São Paulo: Nova Cultura, 1988 [1938].

SENIK, Z. C.; SCOTT-LADD, B.; ENTREKIN, L.; ADHAM, K. A. Networking and internationalization of SMEs in emerging economies. **Journal of International Entrepreneurship**, v. 9, n. 1, p. 259-281, 2011.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SHEIN, E. H. The role of the founder in creating Organizational Culture. **Organizational Dynamics**, p. 13-28. summer, 1983.

SINGH, R.. A comment on developing the field of entrepreneurship through the study of opportunity recognition and exploitation. **The Academy of Management Review**, v. 26, n. 1, p. 10-12, 2001.

SILBERZAHN, P. **Effectuation**: Les principes de l'entrepreneuriat pour tous. Montreuil/France: Pearson, 2014. Chapitre 7, p. 101-115.

SOUZA, M. J. B. de; TRINDADE, F. de M.; FREIRE, R.. Empreendedorismo sob o Enfoque de Diferentes Perspectivas Teóricas. In: Fernando Antonio Prado Gimenez; Jane Mendes Ferreira e Simone Cristina Ramos. Colaboração de Maria Luiza Trevizan Scherner e Gleide Moraes de Carvalho.. (Org.). **Empreendedorismo e Estratégia de Empresas de Pequeno Porte** (Volume 1). 1 ed. Curitiba: Editora Champagnat, 2010, v. 1.

TEIXEIRA, R. M.; MORRISON, A. Desenvolvimento de Empresários em Empresas de Pequeno Porte do Setor Hoteleiro: Processo de Aprendizagem, Competências e Redes de Relacionamento. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 1, n. 1, p. 105-127, 1997.

VALE, G. V.; WILKINSON, J.; AMÂNCIO, R. Empreendedorismo, Inovação e Redes: uma nova abordagem. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica**. v. 7, n. 1, Art. 7, jan./jun. 2008.

ZAHRA, S. A.; GEORGE, G.. International Entrepreneurship: the current status of the field and future research agenda. In: HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; CAMP, S. Michael; SEXTON, Donald L. **Strategic Entrepreneurship**: creating a new mindset. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 2002; Chapter 12th, pp. 255-288.

ZAHRA, S. A.; KORRI, J. S.; YU, JiFeng. Cognition and international entrepreneurship: implications for research on international opportunity recognition and exploitation. **International Business Review**, v. 14, p. 129-146, 2005.

NOTA

(1) Doutor em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco/UFPE. Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Pernambuco/UFPE. Graduado em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco/UFPE. Professor Adjunto da Universidade Federal de Pernambuco/UFPE, Campus Agreste – Caruaru/PE.

(2) Doutora e Mestre em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco/UFPE. Graduada em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco/UFPE. Professora Adjunta da Universidade Federal Rural do Semi-Árido/UFERSA. Mossoró/RN.

Enviado: 05/02/2015

Aceito: 01/02/2016

Publicado: 06/05/2016