

3 Esquema conceitual do estudo

Este capítulo apresenta o modelo conceitual do estudo. Esta dividido em duas seções. Na primeira, apresenta-se o modelo conceitual utilizado para analisar o processo de internacionalização extraído de Mello (2009). A segunda seção apresenta o modelo conceitual para avaliar a relação entre incubação e internacionalização.

3.1. Modelo conceitual - internacionalização

A revisão da literatura realizada mostrou um panorama das quatro correntes teóricas que servem como base para a construção do referencial teórico deste estudo. A seguir, são apresentados os pontos centrais de cada etapa do processo de internacionalização, segundo as teorias analisadas. Para facilitar a identificação da teoria da qual se originou a proposição teórica, estas são referenciadas por siglas conforme legenda ilustrada abaixo:

MIU – Modelo de Internacionalização de Uppsala

RED – Teoria de Redes (*Networks*)

EI – Teoria de Empreendedorismo Internacional

BG – Perspectiva de Born Globals

Seguindo o modelo conceitual elaborado por Mello (2009), as proposições teóricas são apresentadas seguindo as etapas do processo de internacionalização. Em alguns casos, a mesma proposição teórica serve a mais de uma corrente, o que se verifica particularmente no caso da Teoria de Empreendedorismo Internacional e da Perspectiva de *Born Globals*. Assim, as categorias apresentadas a seguir serão as categorias de análise expostas na matriz conceitual apresentada ao final deste capítulo e que servirá como base para análise das empresas.

Categoria I - Motivação para Internacionalização

- ❖ Demanda do mercado externo (MIU I) – Diante de pedidos provenientes de mercados externos, a empresa acaba por interessar-se e atender a algum desses pedidos.
- ❖ Pressão da rede - *client following* - e efeito manada - *bandwagon effect* - (RED I) – As empresas são motivadas pela imitação (comportamento isomórfico) ou pela necessidade de resposta à rede: imitação de competidores que se internacionalizaram, acompanhar o cliente, acompanhar a rede.
- ❖ Busca de mercados (*market seeking*) (EI I) – Os empreendedores são motivados pelo desejo de crescer rapidamente ampliando seus mercados.
- ❖ Orientação internacional (BG I) – As empresas já nascem visando atender mercados externos desde sua criação.

Categoria II - Escolha Inicial de Mercados

- ❖ Lógica da distância psíquica (MIU II) – A escolha do mercado inicial segue a lógica da distância psíquica, selecionando inicialmente mercados de menor distância psíquica (percebidos como mais semelhantes ao mercado doméstico).
- ❖ Lógica da rede (RED II) – A escolha do mercado inicial segue a lógica da rede, selecionando mercados onde há parceiros conhecidos, ou para onde a rede deseja ir, ou já se encontra.
- ❖ Lógica do crescimento (EI II) – O empreendedor está interessado em mercados com oportunidades de alto crescimento, em que suas competências distintivas possam ser fonte de vantagem competitiva.
- ❖ Lógica da oportunidade (BG II) – A empresa está aberta a escolher qualquer mercado no mundo, já que vê todos os mercados como passíveis de serem explorados.

Categoria III - Escolha Inicial de Modos de Entrada

- ❖ Redução de risco (MIU III) – A empresa escolhe o modo de entrada de menor comprometimento (tipicamente, a exportação), que também implicam menor controle.
- ❖ Escolha dependente (RED III) – A escolha do modo de entrada encontra-se sujeita às necessidades e características da rede, ou de outros atores da rede, sendo comum o controle compartilhado (consórcios de exportação, agentes e representantes comuns, *joint-ventures*).
- ❖ Baixo investimento (EI III) – A empresa escolhe modos de entrada e propriedade que impliquem baixo investimento, como modos contratuais (licenciamento, franquia, contratos de terceirização de serviços etc.)
- ❖ Qualquer modo (BG III) – A empresa pode escolher qualquer modo de entrada.

Categoria IV - Postura Face a Riscos na Internacionalização

- ❖ Minimizar riscos (MIU IV) – A postura empresarial é de não assumir riscos desnecessários e prosseguir com cautela no processo de internacionalização.
- ❖ Reduzir riscos por meio da inserção na rede (RED IV) – A inserção na rede protege a empresa de riscos e reduz incertezas.
- ❖ Aceitar riscos para crescer (EI IV, BG IV) – A aceitação de riscos é percebida como inevitável para o crescimento acelerado.

Categoria V - Velocidade da Internacionalização

- ❖ Processo lento e gradual (MIU V) – A internacionalização prossegue a passos lentos e graduais, à medida que a empresa amplia seu conhecimento experiencial de mercados externos e aumenta seu comprometimento (recursos e grau) com a internacionalização.
- ❖ Velocidade imposta pelas redes (RED V) – A velocidade do processo de internacionalização depende, ao menos em parte, da velocidade de internacionalização da rede, ou das oportunidades geradas no exterior pela rede, ou ainda da atratividade da rede para compradores externos.

- ❖ Processo rápido (EI V) – A internacionalização prossegue a passos rápidos, não sendo limitada pelo comprometimento de recursos, já que os recursos de conhecimento, que caracterizam os NEI, são móveis e intangíveis, combinando-se a ativos fixos de terceiros no mercado-alvo.
- ❖ Processo rápido (BG V) – As empresas prosseguem rapidamente em busca de clientes no nicho global a que atendem.

Categoria de Análise	Modelo de Internacionalização de Uppsala (MIU)	Teoria de Redes (RED)	Teoria de Empreendedorismo Internacional (EI)	Teoria das <i>Born Globals</i> (BG)
Categoria I - Motivação para Internacionalização	Demanda do mercado externo	Pressão da rede e efeito manada	Busca de mercados	Orientação Internacional.
Categoria II - Escolha Inicial de Mercados	Lógica da distância psíquica	Lógica da Rede	Lógica do crescimento	Lógica da oportunidade
Categoria III - Escolha Inicial de Modos de Entrada	Redução de Risco	Escolha dependente da rede	Baixo investimento	Qualquer modo.
Categoria IV - Postura Face a Riscos na Internacionalização	Minimizar risco	Reduzir risco via inserção na rede	Aceitar riscos para crescer	Aceitar riscos para crescer
Categoria V - Velocidade da Internacionalização	Processo lento e gradual	Velocidade imposta pela rede	Processo rápido	Processo rápido

Tabela 1 – Matriz Conceitual para análise do Processo de Internacionalização

Fonte: própria

3.2. Modelo conceitual – incubação

Para elaboração do modelo conceitual, para entender a relação entre incubação e internacionalização, foi necessário, diante da ausência de literatura específica sobre o assunto, recorrer a entrevistas com especialistas. Assim, foram realizadas três entrevistas exploratórias com especialistas da área. Os entrevistados foram: José Carlos Aranha – diretor da incubadora da PUC Rio; Cesar Simões Salim – ex-professor do curso de empreendedorismo da PUC-Rio, consultor da incubadora tecnológica da PUC-Rio e autor de diversos livros na área de empreendedorismo e Angela da Rocha – professora do IAG da PUC-Rio e especialista em internacionalização de empresas.

Essas entrevistas foram realizadas no intuito de se identificar possíveis indicadores que fossem considerados, por esses especialistas, como significativos para avaliar a relevância do processo de internacionalização de empresas incubadas. As transcrições dos trechos relevantes dessas entrevistas encontram-se no anexo I.

A partir da análise das entrevistas com esses especialistas, foi elaborada a tabela 2, destacando os principais fatores considerados como críticos para a internacionalização das empresas incubadas.

Especialista Entrevistado	Fatores destacados		
José Alberto Aranha	Network	Associação com a universidade	Inovação
Cesar Simões Salim	Acesso a credito	Inovação	Acesso a informação
Ângela Rocha	Network	Parcerias	Acesso a informação

Tabela 2 – Painel dos Especialistas

Fonte: própria

Descrição dos Fatores

Inovação

A crescente competição internacional e a necessidade de introduzir eficientemente, nos processos produtivos, os avanços das tecnologias de informação e comunicações têm levado as empresas a centrar suas estratégias no desenvolvimento de capacidade inovativa. Esta é essencial até para permitir a elas a participação nos fluxos de informação e conhecimentos (como os diversos arranjos cooperativos) que marcam o presente estágio do capitalismo mundial. (CASSIOLATO e LASTRES, 1999)

A colaboração entre firmas e a montagem de redes industriais tem marcado o processo inovativo. Novos produtos têm sido desenvolvidos a partir da integração de diferentes tecnologias e estas são crescentemente baseadas em diferentes disciplinas científicas. Mesmo grandes empresas têm dificuldade em dominar a variedade de domínios científicos e tecnológicos necessários, o que explica a expansão de acordos colaborativos e a crescente expansão de redes industriais (CASSIOLATO e LASTRES, 1999).

Finalmente, observa-se a crescente colaboração com centros produtores do conhecimento, como universidades e centros de P&D, dada a crescente necessidade do processo inovador se apoiar em avanços científicos em praticamente todos os setores da economia (CASSIOLATO e LASTRES, 1999).

Network e Parcerias

As redes podem ser consideradas como um sistema de atores em que as fronteiras podem, ou não, possuir limites. (REGIS, DIAS, VIRGILIO e BASTOS, 2006). Esses autores consideram que as redes sociais ou *networks* são representações de um conjunto de participantes autônomos, unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados.

Pesquisa realizada por Regis, Dias, Virgilio e Bastos (2006) sobre *networks*, entre empresários de uma incubadora, mostra que os empresários estão ligados às pessoas da sua *network* principalmente por meio de laços fortes ou muito próximos. Isto acontece especialmente entre os empresários de uma mesma incubadora. Do ponto de vista das relações formais com os gerentes das incubadoras, os laços são menos próximos, mas não chegam a ser distantes.

Acesso a Crédito

O custo do crédito no Brasil é muito alto sob qualquer parâmetro de comparação internacional. As micro e pequenas empresas mais necessitariam de mecanismos de refinanciamento e de apoio financeiro para enfrentar as flutuações acentuadas nos mercados em que operam. Reside aí um dos principais fatores de propagação da instabilidade econômica e de mortandade elevada dos pequenos empreendimentos (PINHEIRO e CABRAL, 1998).

Só recentemente ganhou destaque a compreensão, já expressa em outros estudos do SEBRAE, de que o fortalecimento do empreendedorismo é um dos mais importantes caminhos estratégicos de luta contra a pobreza no Brasil. Fortalecer suas iniciativas é um caminho consistente para promover a distribuição da renda e contribuir para alterar o próprio padrão do crescimento econômico (PINHEIRO e CABRAL, 1998).

Acesso a Informação

Barreto (1999) descreve as unidades de transferência de conhecimento (UTC) como formalizadoras de um processo de transferência que permite completar o fluxo de conhecimento, a se realizar com a assimilação da informação pelo receptor e sua transformação em novo conhecimento. Ele descreve as duas funções básicas na gestão de uma UTC:

1. Conhecimento e proposição de ações para disponibilizar estoques de informação;
2. Comunicação da informação para promover o conhecimento e o desenvolvimento.

Diante desses conceitos, um estudo realizado por Gonçalves e Freire (2007), sobre processo de comunicação da informação na incubadora tecnológica da PUC-Rio, revelou que a Incubadora Tecnológica do Instituto Gênesis é um ambiente que apresenta as características descritas por Barreto (1999). O Instituto Gênesis pode ser identificado como um “agregado de informação”, cabendo-lhe produzir, armazenar e distribuir “estoques de informação” (GONÇALVES e FREIRE, 2007). Os estoques e sua distribuição estão relacionados, respectivamente, às condições de oferta e demanda da informação em determinado contexto. Se um estoque de informação produzido atende a uma

demanda de informação, é porque, nesse momento, a incubadora estaria cumprindo o seu papel de produzir informação adequada aos empreendedores que a buscaram no processo de incubação, para agregar valor ao seu negócio.

“Em contrapartida, deve-se fazer valer a função de transferência efetiva e distribuição da informação estocada, de modo a promover uma oferta de informação que se antecipe à demanda dos empreendedores” (GONÇALVES e FREIRE, 2007, p.10).

Quanto às funções básicas de uma UTC, os gestores de incubadoras deveriam fornecer estratégias para disponibilizar estoques de informação ou, ainda, realizar a comunicação da informação para promover o conhecimento e o desenvolvimento. Se os empreendedores demandam informação, caberia à incubadora tecnológica oferecer, de forma sistemática, estoques de informação relevantes que os empresários possam transformar em conhecimento e desenvolvimento para suas empresas (GONÇALVES e FREIRE, 2007).

Associação com a Universidade

As incubadoras de empresas têm se constituído numa das estratégias adotadas, no Brasil, para a criação de pequenas empresas de base tecnológica. Na maior parte das incubadoras, estabelece-se um processo de interação entre as universidades e as empresas incubadas, inclusive com a localização da incubadora no campus da universidade. Esse processo gera impacto tanto para as empresas incubadas como para as universidades (WOLFFENBÜTTEL, 2001).

Na sociedade do conhecimento, a colaboração entre a universidade e o setor produtivo assume um papel fundamental na promoção do desenvolvimento. Nessa perspectiva, o desenvolvimento é entendido como um processo, associado ao crescimento econômico de uma nação, no qual está implícita uma série de transformações sociais. A aplicação de novas tecnologias é um elemento fundamental nesse processo. (WOLFFENBÜTTEL, 2001).

Nesse contexto, são fundamentais as relações entre a infra-estrutura científico-tecnológica (universidades) e a estrutura produtiva (empresas). Cabe às universidades um importante papel relacionado ao desenvolvimento econômico assumido, especialmente, a partir da década de 90, que consiste na transformação da pesquisa em atividade econômica (ARANHA, 2008). Por outro lado, também

desempenham um papel fundamental nesse contexto as empresas, em especial, as empresas de base tecnológica. Essas organizações, como qualquer outra, passam por um processo de nascimento, crescimento e maturação. Nas etapas de nascimento e crescimento, algumas delas contam com a parceria de instituições criadas com a finalidade de propiciar um ambiente adequado ao pleno desempenho das suas atividades: as incubadoras de empresas. (WOLFFENBÜTTEL, 2001).

Portanto, empresa e universidade são atores importantes nesse processo. Da sua interação podem emergir invenções, inovações e do desenvolvimento tecnológico, elementos fundamentais para o desenvolvimento de uma nação.

Assim, a matriz conceitual exposta na tabela 1, elaborada com base na revisão de literatura, serviu como base para análise do processo de internacionalização e os fatores descritos na matriz exposta na tabela 2, elaborada a partir das entrevistas com os especialistas, serviu como base para análise do processo de incubação.