



INTERNACIONALIZAÇÃO DE *STARTUPS*: LIÇÕES DA LITERATURA

STARTUPS INTERNACIONALIZATION: LESSONS FROM LITERATURE

Natalí Nascimentoⁱ
Francine Simas Nevesⁱⁱ
Letícia Paraboia Caldeirãoⁱⁱⁱ
Silvana Schimanski^{iv}

Resumo: A internacionalização de empresas representa uma realidade nas estratégias dos negócios contemporâneos, como forma de garantir desenvolvimento, sustentação e expansão das oportunidades. Diante da atualidade dessa temática, este artigo tem como objetivo identificar as lições da literatura sobre a internacionalização das *startups*. As *startups* são empresas em fase inicial que desenvolvem soluções inovadoras com forte base tecnológica e que possuem potencial de crescimento rápido no mercado. Com finalidade exploratória, a abordagem quali-quanti foi utilizada para quantificar e qualificar as fontes secundárias, a partir de artigos publicados na base de dados *Scientific Periodicals Electronic Library (Spell)*. A partir dos termos de busca, cinco artigos foram localizados. Os trabalhos abordam, principalmente, estudos de caso e de uma forma geral, evidenciam que as parcerias e as redes de relacionamento são relevantes para a internacionalização. A maior parte dos estudos preocupa-se com o nexo entre internacionalização e a inovação das *startups*. Sugere-se que estudos futuros possam mapear seus ecossistemas a fim de identificar em que medida contribuem com a sua internacionalização.

Palavras-chave: *Startups*. Internacionalização. Brasil.

Abstract: The enterprise's internationalization represents a reality in contemporary business strategies, as a way of ensuring development, support, and expansion of opportunities. Given the relevance of this actual theme, this article aims to identify the lessons from the literature on the internationalization of startups. Startups are early-stage companies that develop innovative solutions with a strong technological base and that have the potential for rapid growth in the market. For exploratory purposes, the quali-quanti approach was used to quantify and qualify secondary sources, based on articles published in the Scientific Periodicals Electronic Library (Spell) database. From the search terms, five articles were found. The works mainly address case studies and, in general, show that partnerships and relationship networks are relevant for internationalization. Most of the studies are concerned with the nexus between internationalization and the innovation of startups. It is suggested that future studies could map

startups ecosystems in order to identify the extent to which they contribute to their internationalization.

Keywords: Startups. Internationalization. Brazil.

Recebido em: 10/07/2022 – Aprovação: 25/11/2022

1 INTRODUÇÃO

O conceito de *startups* é diverso, uma vez que enquanto para alguns autores está relacionado ao tempo de existência de qualquer empresa (WEINZIMMER; NYSGTRON; FREEMAN, 1998; WIKLUND; PATZELT; SHEPHERD, 2009), para outros, diz respeito ao setor em que atuam ou até mesmo ao seu potencial de crescimento (RIES, 2011; GRAHAM, 2012; BLANK; DORF, 2012). De uma forma geral, as *startups* são identificadas como empresas recém-estabelecidas, orientadas pela tecnologia, em fase de desenvolvimento e identificação com o mercado, com características inovadoras para transformar ideias em produtos e em serviços, com grande potencial de crescimento no mercado (RIES, 2011; 2012; RIBEIRO, 2012; GRAHAM, 2012).

Não há um marco definitivo para a origem desse modelo de empresa, porém concorda-se que o período do final dos anos 1990, marcado pela difusão do acesso à internet, foi o momento em que o modelo se desenvolveu e ganhou relevância (MAO, 2020; STARTINGUP, 2021). Nesse contexto, surgem empresas cujos negócios visam criar produtos, serviços ou modelos inovadores, com forte base tecnológica, capazes de solucionar problemas, não só locais, mas também globais (STARTUPBLINK, 2021; 2022).

No mundo todo, as *startups* têm recebido atenção por sua contribuição para a economia dos países. Um estudo desenvolvido pela Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico sugere que em uma amostra de 17 países, incluindo o Brasil, embora tais empresas representem apenas 17% dos empregos, criam 42% do trabalho (CRISCUOLO; GAL; MENON, 2014). Fatores que contribuem para a dinâmica dessas empresas estão relacionados à taxa de empreendedorismo, ambiente de negócios, estímulo à inovação, políticas públicas, entre outros (RIBEIRO, 2012; RONCARATTI, 2018; SINGH, 2020; STARTUPBLINK, 2021).

O Brasil, por exemplo, aloca mais de 22.000 *startups*, situadas principalmente em São Paulo, mas também em Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina e demais estados. Dessas empresas, aproximadamente 4.000 têm de 1 a 5 anos de

atividade, em diferentes mercados de atuação (STARTUPBASE, 2022). No mundo, os países que lideram a concentração dessas empresas são: Estados Unidos, Reino Unido, Israel, Canadá, Alemanha, Suécia, China, Suíça, Austrália, Singapura e outros. A Índia, país que tem investido significativamente em políticas públicas para essa área, encontra-se em décimo nono lugar e o Brasil, em vigésimo sexto (STARTUPBLINK, 2022).

Determinar a localização das *startups* na economia global pode ser uma tarefa desafiadora, pois a mesma pode mudar na medida em que as atividades das empresas evoluem. Considerando que as cadeias de fornecimento, fontes de investimentos e mercados são globais, pode-se acreditar que tais empresas já sejam estabelecidas com potencial para a internacionalização, uma vez que seu ecossistema de fornecedores, clientes e apoiadores, não necessariamente, são do país onde a empresa está estabelecida (FLEURY; FLEURY, 2020; STARTUPBLINK, 2021; 2022). Nesse sentido, a internacionalização pode representar um papel importante para o desenvolvimento dessas empresas.

Sob o ponto de vista acadêmico, o vínculo entre *startups* e internacionalização vem despertando a atenção, uma vez que ainda se busca compreender em que medida as teorias aplicadas a empresas convencionais, se aplicam a essas modernas e ágeis empresas do mundo contemporâneo. Considerando a internacionalização como uma estratégia relevante do desenvolvimento dos negócios contemporâneos (JOHANSON; VAHLNE, 1990; CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERGER, 2010; BALDWIN, 2013; FLEURY; FLEURY, 2020) e que as *startups* possuem um papel de destaque no cenário global (CRISCUOLO; GAL; MENON, 2014), a literatura sugere que não há um modelo de internacionalização totalmente voltado a esse tipo de empresa, sobretudo em países em desenvolvimento (RIBEIRO, 2012).

Portanto, o objetivo geral deste trabalho é identificar as lições da literatura sobre a internacionalização das *startups*, por meio da pergunta norteadora da pesquisa: quais as lições sobre a internacionalização de *startups* podem ser obtidas a partir da literatura disponível? Com finalidade exploratória, a abordagem quali-quantitativa foi utilizada para quantificar e qualificar as fontes secundárias, ou seja, artigos disponíveis na biblioteca eletrônica *Spell* (SPELL, 2022). Esta base foi selecionada por tratar-se de um repositório de artigos científicos de acesso gratuito, acessível pela página da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD).

Além desta introdução, o trabalho contextualiza os conceitos norteadores sobre internacionalização de empresas e as *startups* no cenário global, apresenta a metodologia adotada e na sequência são apresentados e discutidos os resultados. Os estudos sugerem que as

diferentes possibilidades de internacionalização ainda carecem de maior aprofundamento e discussões.

2 INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

O cenário econômico contemporâneo é marcado pela internacionalização das atividades nos vários setores. Os dinâmicos fluxos comerciais, financeiros, logísticos, de telecomunicações, serviços, entre outros, favoreceram a ampliação da complexidade e competitividade no mundo dos negócios. Destaca-se, na forma de internacionalização atual, o processo de descentralização e colaboração em diversas atividades, estimulado pelas novas tecnologias: independente da distância geográfica, observa-se a reunião de talentos, *experts* e compartilhamento de recursos, na busca de soluções para problemas complexos.

A globalização econômica foi um dos fenômenos que contribuiu para tal transformação, para o aumento da complexidade ambiental e da competitividade entre as empresas (MARTINELLI, 1999; FLEURY; FLEURY, 2020). Relacionada com a abertura comercial e financeira das economias, “[...] a globalização dos mercados refere-se à integração econômica e à crescente interdependência de países, que ocorrem em escala mundial.” (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERGER, 2010, p. 4).

Esse fenômeno tem provocado rápidas mudanças no contexto empresarial, uma vez que operar globalmente tornou-se essencial para o processo produtivo das empresas, que passaram a depender das trocas internacionais para “fazer coisas”, e não mais somente para “vender coisas” (BALDWIN, 2013). A internacionalização de empresas, entendida no sentido amplo de exportar ou produzir no exterior é definida por Welch e Luostarinen (1988, p. 36) como “o processo de crescente envolvimento nas operações internacionais”. Tal conceito aprofundou-se com a formação das cadeias globais de valor, quando empresas realizam operações em múltiplos países, favorecidas pelo processo de globalização econômica (BALDWIN, 2013; ZHANG, SCHIMANSKI, 2014; FLEURY; FLEURY, 2020).

Neste contexto, a internacionalização se torna um processo cada vez mais presente e necessário para as empresas, independentemente do tamanho, tanto no intuito da busca por novos mercados, redução de custos, quanto na busca por oportunidades e reconhecimento. As teorias de internacionalização de empresas buscam explicar por que e como esse processo ocorre e podem ser divididas em duas abordagens principais, a econômica e a comportamental:

Na primeira, a decisão de internacionalização ocorre através da racionalidade econômica, ou seja, o tomador de decisão tem acesso pleno à informação e escolhe a solução que irá otimizar seus recursos [..]”. Já a corrente comportamental considera que a internacionalização ocorre a partir da evolução e crescimento da firma, partindo de princípios como racionalidade limitada e dificuldade de alocação ótima de recursos [...] (SILVA; DIB, 2011, p. 3).

De uma forma geral, a literatura sobre internacionalização de empresas, contempla três escolas de pensamento: o Paradigma *Ownership advantages, Localisation advantages, Internalisation advantages* (OLI) da produção internacional (DUNNING, 1988); a abordagem behaviorista escadinava denominada, também de Escola de Uppsala (JOHANSON; VAHLNE, 1977) e a abordagem baseada em Redes de Negócios Internacionais (JOHANSON; MATSSON, 1988; JOHANSON; VAHLNE, 2003).

Partindo de uma visão econômica, o Paradigma OLI pressupõe que as organizações evitarão transações no mercado aberto se o custo de realizá-las internamente for menor. Assim, Dunning (1988) compila no seu modelo aspectos como localização, competição monopolista, internacionalização e custos de transação. Com isso, o Paradigma OLI explica a internacionalização das atividades de produção das empresas, mediante três categorias: vantagens proprietárias da empresa relacionadas aos ativos tangíveis e intangíveis (O – *ownership advantages*); vantagens de localização próprias do país hospedeiro (L – *localisation advantages*); vantagens de internacionalização quanto à capacidade de transferência de conhecimento entre diversas unidades da mesma empresa, localizadas em diferentes países (I – *internalisation advantages*) (DUNNING, 1988). Portanto, a internacionalização das atividades empresariais e produtivas ocorrerá quando tais vantagens forem evidentes.

Na década de 70, na Universidade de Uppsala, Suécia, sucedida pela Escola Nórdica de Negócios Internacionais, começaram a surgir diversos estudos sobre o processo de internacionalização das empresas suecas. Entre os autores, Johanson e Vahlne (1977) propõem um modelo baseado em observações empíricas realizadas em estudos na Universidade de Uppsala, bem como no paradigma comportamental. Os dados mostram que as empresas suecas geralmente desenvolvem as operações internacionais em pequenos passos, em vez de realizarem grandes investimentos em momentos esporádicos. Geralmente, as empresas começam a exportar para outros países via agentes, posteriormente estabelecem subsidiária de vendas e, eventualmente, iniciam a produção no país hospedeiro. Assim, o processo de internacionalização seria produto de uma série de decisões incrementais (JOHANSON; VAHLNE, 1977).

O modelo proposto pelos autores, conhecido como modelo de Uppsala (*U-Model*), evidencia também a perspectiva sequencial de processo de internacionalização. Sugere-se, portanto, que as empresas se internacionalizam de forma gradual, de acordo com a construção incremental do conhecimento sobre o mercado externo resultante da experiência. Embora o modelo apresente característica sequencial, os autores admitem a possibilidade de as organizações realizarem saltos mais altos, podendo eliminar algumas etapas do processo. Johanson e Vahlne (1977) consideram nessas etapas quatro conceitos importantes no planejamento do processo de internacionalização baseado na abordagem de aprendizagem organizacional: conhecimento de mercado; comprometimento com o mercado; decisão de comprometimento e atividades correntes.

O conceito da distância psíquica entre países é bastante aceito pelos teóricos dessa abordagem, no sentido de que o conhecimento sobre diferentes culturas, instituições, leis e regulamentos pode ser assimilado com maior facilidade em mercados “psiquicamente” mais próximos. Desta forma, a distância psíquica diz respeito às semelhanças e às diferenças existentes entre diferentes países. Para O’Grady e Lane (1996, p. 310, tradução nossa), “as similaridades entre países são mais fáceis de gerenciar do que as dissimilaridades”, portanto os gestores tendem a escolher países mais similares ou psiquicamente próximos. Fatores que tornam difícil a compreensão de ambientes estrangeiros e incertezas em relação aos mercados externos são associados à distância psíquica.

Nos últimos anos, os estudos sobre a internacionalização de negócios expandiram como consequência das diferentes dinâmicas ao redor do mundo. Os estudos da escola Nórdica de Negócios Internacionais, também conhecida como Perspectiva de *Networks*, surgem como um complemento e evolução dos pensamentos da escola de Uppsala (SILVA; CHAGAS; SIQUEIRA, 2012). Para Johanson e Mattsson (1988), no processo de internacionalização das empresas, além dos aspectos comportamentais trabalhados pelo modelo de Uppsala, outro fator de extrema importância são as redes de relacionamentos (*networks*) estabelecidas entre as organizações.

Observa-se que algumas empresas buscam integrar-se a *networks* de diferentes origens, sendo tais redes de relacionamento um fator determinante e influenciador nos processos e decisões relacionadas a internacionalização, passando desta forma, a ser percebida para além da produção ou comercialização internacional, mas, principalmente, como a exploração de relacionamentos potenciais além das fronteiras.

As redes organizacionais, de acordo com Johanson e Mattson (1988) constituem um importante elemento de compreensão do processo de internacionalização, uma vez que com as

relações de negócios entre as empresas, parceiros, compradores, fornecedores e outros *stakeholders* ocorre uma intensificação nos relacionamentos e uma necessidade de cooperação para trabalhar de forma interligada. A abordagem baseada em redes de negócios internacionais caracteriza a internacionalização como um processo de criação de relações de negócios ou redes de empresas legalmente independentes, porém economicamente dependentes (JOHANSON; VAHLNE, 2003).

As redes de negócios podem ter como atores principais: concorrentes, clientes, distribuidores, fornecedores e órgãos governamentais. Normalmente, as redes de negócios são compostas por relacionamentos orientados a objetivos e cooperação entre várias empresas que podem incluir fluxo de recursos e cooperação na resolução de problemas por meio de acordos contratuais (VASILCHENKO; MORRISH, 2011). O estabelecimento de redes de negócios é crucial no processo de expansão internacional da empresa. Com isso, as empresas podem ter mais acesso às informações específicas do mercado-alvo, o que pode facilitar o processo de aquisição de *know-how* suficiente para tomar as decisões necessárias e planejar a expansão internacional de forma eficiente.

O estudo de internacionalização de empresas, ao permitir uma variedade de abordagens teóricas, sejam elas de bases comportamentais ou de bases econômicas, sugere um olhar apurado para as novas formas de atuação empresarial. Em razão do dinamismo das novas formas organizacionais, como é o caso das *startups*, ressalta-se a necessidade de compreender suas estratégias de atuação, bem como, observar evidências sobre seus processos de internacionalização.

3 AS STARTUPS NO CENÁRIO GLOBAL

Por se tratar de um modelo de negócios relativamente recente, as definições de *startup* são variadas. Segundo Eric Ries (2012, p. 24) “uma *startup* é uma organização que busca criar um novo produto ou serviço sob condições de extrema incerteza”. Blank e Dorf (2012, p.10) conceituam esse modelo de empresa como “uma organização em busca de um modelo de negócio escalável, recorrente e lucrativo”. Paul Graham (2012) adiciona que o crescimento rápido é um dos fatores intrínsecos a essas empresas. Portanto, assim como definido pela Associação Brasileira de *Startups* (2021) entende-se que uma *startup* é uma empresa em fase inicial, que desenvolve uma solução inovadora com potencial de crescimento rápido.

O Sebrae (2017) explica que as *startups* possuem reconhecido potencial para a inserção de inovações no mercado, principalmente as de tecnologia da informação que, nos últimos anos,

foram as principais responsáveis pela solução de problemas, bem como pela inserção de inovações para atender às mais diversas necessidades dos consumidores. Assim, as tecnologias da informação são destaque nos negócios inovadores, geralmente, utilizadas para a resolução de problemas e o atendimento de demandas mercadológicas, por meio do oferecimento de novos produtos e/ou serviços.

Destaca-se a necessidade de diferenciar as *startups* das empresas conceituadas na literatura como *born globals* (ou *international new ventures*), criadas por empreendedores que buscam iniciar seus negócios internacionais logo após a sua criação e que possuem uma orientação de marketing acentuada (KNIGHT; CAVUSGIL, 2004). Oviatt e McDougall (1994) definiram as *born globals* como organizações empresariais que, desde o início, buscam obter vantagem competitiva pelo uso de recursos e da venda de produtos em diferentes países. Para os autores, a propriedade de ativos no exterior e o nível de atividades internacionais em comparação com as domésticas não importam, desde que a empresa tenha sido pensada como um modelo de negócios escalável internacionalmente desde o início.

A literatura estabelece alguns critérios para que seja considerada *born global*: que data de fundação da empresa, tipicamente, seja após os anos 1990 (MOEN, 2002; RASMUSSEN; MADSEN, 2001); que o intervalo de tempo entre o início das operações e o início das operações internacionais seja entre dois a cinco anos (DIB; ROCHA; SILVA, 2010); a relevância das atividades internacionais para a empresa, incluindo o percentual das atividades internacionais nas receitas da empresa, que podem variar entre 5% - 25% a 50% ou mais (KNIGHT ; CAVUSGIL, 2004, o escopo dos negócios ou a geografia dos mercados estrangeiros (DIB; ROCHA; SILVA, 2010). Tanev (2017) defende o conceito de *lean global startup* para empresas nascentes de alta tecnologia que internacionalizam desde o momento da fundação, reforçando a ideia de que a tecnologia sinaliza a realidade de um novo paradigma, onde são mutáveis: 1) as vantagens competitivas dos lugares (há uma nova compreensão dos locais); 2) as vantagens e estratégias competitivas das empresas (há um novo entendimento de propriedade); e 3) a estrutura de governança das redes dos negócios internacionais (há uma nova compreensão da internacionalização). Nesse sentido, destaca-se que nem toda *startup* é uma *born global*.

Assim como não há um marco definitivo sobre as origens do modelo de *startups*, existem divergências acerca de qual seria primeira a operar no mundo (STARTINGUP, 2021). As *startups* mais conhecidas surgiram nos Estados Unidos, na região popularmente conhecida como Vale do Silício (*Silicon Valley*), através do estabelecimento das empresas de Tecnologia da Informação como *Google, Apple, HP, Oracle, Cisco, Facebook, Twitter* e outras (ESTER 2017).

O estudo feito por Hérbet Lebet contribuiu ao expor a relação entre a Universidade de Stanford com o *Silicon Valley*, na Califórnia. O pesquisador analisou mais de 5.000 empresas com ligação com a universidade, bem como suas contribuições para o desenvolvimento das mesmas. Das empresas analisadas no estudo, a maioria está localizada nos Estados Unidos, (especialmente na cidade de San Francisco) enquanto as demais estão, principalmente, distribuídas nos continentes Asiático e Europeu (LEBRET, 2017).

De uma forma geral, argumenta-se que o desenvolvimento das *startups* depende do estabelecimento de um ambiente com um ecossistema envolvendo diferentes atores (*stakeholders*), entre os quais: políticas públicas e regulação governamental, incubadoras e aceleradoras, universidades e escolas, agências de fomento, financiadores, investidores e apoiadores e mercados (BANDO, 2018; SINGH, 2020). Localidades que estabelecem ecossistemas promotores da inovação articulam os diferentes atores, integrando infraestrutura, conhecimento e arranjos institucionais e, por isso, potencializam o desenvolvimento econômico e tecnológico das empresas alocadas.

Os ecossistemas de inovação compreendem: parques científicos e tecnológicos; cidades inteligentes; distritos de inovação; polos tecnológicos e centros de inovação. Já os mecanismos de geração de empreendimentos são instituições que promovem o desenvolvimento de empresas de base tecnológica e oferecendo suporte, entre as quais: incubadoras de empresas; aceleradoras de empresas; espaços colaborativos de trabalho (*coworkings*) e laboratórios de prototipagem e processos (*makerspaces*) (BRASIL, 2019).

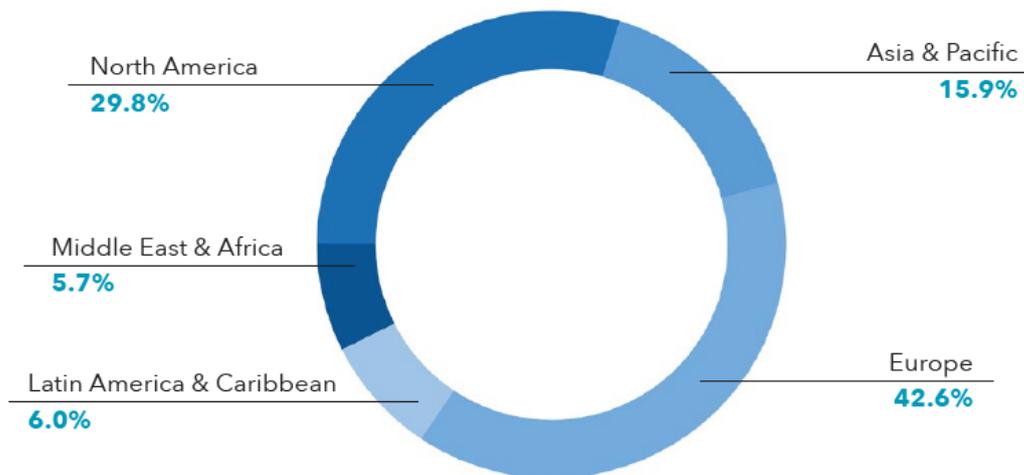
Segundo a definição adotada pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (ANPROTEC, 2022), as incubadoras são caracterizadas como instituições de apoio aos empreendedores que oferecem mecanismos de suporte como capacitações, *networking* e infraestrutura (acesso a universidades e instituições de pesquisas) que favorecem o crescimento do negócio e acesso ao mercado, visando facilitar a criação e o desenvolvimento de empresas que tenham como diferencial a realização de atividades voltadas à inovação (*startups*).

As aceleradoras também são mecanismos de apoio às *startups*, porém as que já possuem um modelo de negócio consolidado e com potencial de crescimento rápido. De uma forma geral, buscam promover as conexões com investidores, mentores de negócios e fundos de investimento. Dentre suas atividades encontram-se: mentorias, treinamentos, crédito ou investimento. Portanto, aceleradoras e incubadoras não são mecanismos excludentes ou fundamentalmente distintos (MARUYAMA, 2017).

A plataforma StartupBlink tem evidenciado que os ecossistemas têm se tornado cada vez mais globais (STARTUPBLINK, 2021; 2022). Determinar a localização de uma *startup* na economia global de hoje pode ser uma tarefa difícil, em razão da sua inserção em ecossistemas que podem ser mais abertos ou mais fechados. Por exemplo, centros emergentes, como Singapura e Dubai, vêm construindo tecnologias que atendem às suas geografias e, ao mesmo tempo, têm sido personalizadas para outras regiões do mundo. Por outro lado, questões geopolíticas envolvendo países como China e Rússia tornam seus ecossistemas mais fechados. Ademais, as *startups* podem naturalmente mudar de local à medida que evoluem devido a razões fiscais ou de *marketing*. O princípio orientador tem sido determinar qual ecossistema faz a mágica acontecer.

Segundo um levantamento anual realizado pela StartupBlink (2022), a região europeia lidera com a maior presença de cidades com *startups* no mundo, em seguida América do Norte, Ásia e Pacífico, América Latina e Caribe e Oriente Médio e África (Figura 1).

Figura 1 – Distribuição Global das Empresas *Startups*



Fonte: StartupBlink (2022, p. 37).

Ao aprofundar a análise acerca dos investimentos em *startups* realizados por empresas estabelecidas, o relatório destaca que, em que pese a Europa possuir uma cena diversificada para *startups* - com um maior número ecossistemas ativos - os investidores observam maior potencial na América do Norte e na região da Ásia e do Pacífico.

Na região América Latina e Caribe, o Brasil lidera com uma significativa diferença o *ranking* de países com maior pontuação, ficando em 26º lugar global e São Paulo em 16º lugar global no *ranking* de cidades (STARTUPBLINK, 2022). Ainda de acordo com o relatório, o Brasil possui mais de 30 cidades ranqueadas, apesar dos desafios de seu ecossistema de

inovação, como os altos níveis de impostos, economia instável e baixo nível educacional, o que dificulta o investimento externo e manutenção das empresas em solo nacional.

Segundo a base de dados StartupBase (mantida pela Associação Brasileira de *Startups*), o Brasil já possui mais de 22.000 *startups* (STARTUPBASE, 2022). Portanto, sob o ponto de vista acadêmico, o vínculo entre *startups* e internacionalização vem despertando a atenção, uma vez que ainda se busca compreender em que medida as teorias aplicadas a empresas convencionais, se aplicam a essas modernas e ágeis empresas do mundo contemporâneo, com potencial para conexões globais em suas diferentes fases de desenvolvimento.

4 METODOLOGIA

Este trabalho realiza uma revisão sistematizada da literatura, a partir do modelo proposto por Tranfield, Deyer e Smart (2003), cujo objetivo é identificar de que forma a internacionalização de *startups* vem sendo abordada na literatura especializada. Trata-se, portanto, de estudo com finalidade exploratória, a partir de fontes bibliográficas (secundárias), cuja análise se deu pelo método misto, para quantificar e qualificar as fontes secundárias (CRESWELL, 2010).

Na visão dos referidos autores, as revisões sistemáticas podem fornecer tanto a profissionais quanto a decisores políticos, bases confiáveis para a tomada de decisões. Para Galvão e Pereira (2014, p. 183): “Trata-se de um tipo de investigação focada em questão bem definida, que visa identificar, selecionar, avaliar e sintetizar as evidências relevantes disponíveis”.

A abordagem metodológica proposta pelos autores sugere três estágios de pesquisa, compostas por fases distintas dentro de cada estágio. No primeiro estágio, devem ser definidos aspectos basilares da revisão, assim como os termos chave e as bases de dados que serão consultadas. No segundo estágio, o pesquisador desenvolve a busca e seleção do material bibliográfico levantado. Por fim, no terceiro estágio, serão relatadas as evidências da revisão realizada (TRANFIELD; DEYER; SMART, 2003).

Considerando que as *startups* são empresas relativamente recentes no mundo todo (STARTING UP, 2021), no primeiro estágio deste trabalho, foi estabelecido o protocolo de revisão: foram definidos os termos de busca (internacionalização AND *startup/ startups* AND *internationalization*) e foi definida a base de dados *Spell* (SPELL, 2022) como fonte da pesquisa, por congregar a produção científica da área, por seu acesso gratuito e por constar da página da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração.

O segundo estágio da pesquisa pressupõe a busca e coleta dos artigos que apresentam a combinação dos termos, bem como sua seleção e avaliação. Ademais, busca-se extrair qualitativamente dados do seu conteúdo, que colaborem para a compreensão do estudo da temática. Os dados foram coletados entre outubro de 2021 e junho de 2022, organizados em uma planilha. A triagem considera elementos como: a) ano de publicação dos artigos, b) revista ou periódico de publicação, c) métodos mais utilizados nos estudos; d) abrangência regional/geográficas; e) principais conclusões de cada estudo.

Após a síntese dos dados resultantes das buscas, foi possível organizar e relatar os principais resultados obtidos com o levantamento. Trata-se, portanto, do terceiro estágio da revisão sistematizada sugerida pelos autores, etapa na qual o pesquisador busca contribuir com o campo a partir dos resultados obtidos.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Durante o primeiro estágio da pesquisa na base de dados *Spell*, enquanto a busca pelo termo *startups* localiza aproximadamente cem trabalhos, a busca pelos termos (internacionalização AND *startup/ startups* AND *internationalization*) na plataforma resulta em um total de cinco artigos. Esse estágio do levantamento evidencia que o recorte do tema ainda não é amplamente discutido nas publicações acadêmicas indexadas na referida base de dados.

A localização dos cinco trabalhos permitiu avançar para o segundo estágio da revisão proposta, qual seja, a caracterização da literatura levantada. O Quadro 1 apresenta os anos das publicações, títulos dos trabalhos e periódicos nos quais foram publicados. Os autores das publicações são diversificados e ainda não é possível afirmar que existe a concentração de publicações em determinados periódicos, embora dois artigos tenham sido localizados em números diferentes do mesmo periódico, no mesmo ano.

Quadro 1 – Artigos sobre Internacionalização de *Startups*

Autores / Ano	Título dos Trabalhos	Periódico
SARMENTO; CARBALHO; DIB (2016)	<i>Effectuation</i> e a influência das redes sociais em internacionalização de <i>startups</i> em aceleradoras	Revista Eletrônica de Negócios Internacionais e-ISSN: 1980-4865 São Paulo-SP

VENDRUSCOLO; GALINA (2020)	A internacionalização no processo de inovação das <i>startups</i> brasileiras de tecnologia da informação e comunicação (TIC)	Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. e-ISSN: 2316-2058 São Paulo – SP
ROCHA et al. (2020)	<i>Estrategias, tipos y grado de innovación: estudio en startups de tecnología de la información en el Noreste de Brasil</i>	Navus - Revista de Gestão e Tecnologia ISSN 2237-4558 Florianópolis-SC
ROCHA; OLAVE, ORDONEZ (2020)	Estratégias de inovação: uma análise em <i>startups</i> de tecnologia da informação	Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. e-ISSN: 2316-2058 São Paulo - SP
BALOG; GOMES (2022)	Terra à vista para <i>startups</i> brasileiras? Um estudo de caso da Energytech, CRN Engenharia	RGO - Revista Gestão Organizacional ISSN 1983-6635 Chapecó-SC

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A leitura dos trabalhos permitiu avançar na identificação da metodologia adotada nos diferentes estudos, bem como, se existe foco direcionado a alguma região geográfica específica (Quadro 2). Foi identificado que, na maior parte dos estudos, adota-se os estudos de casos (únicos e múltiplos) ou estudos exploratórios com entrevistas semiestruturadas com gestores, acerca de empresas da região sul, sudeste e nordeste do Brasil. No estudo que propõe uma análise mais ampla, os autores destacaram o desafio da amostragem, uma vez que contou com apenas trinta e quatro (34) participantes de um universo de cento e dezenove (119) *startups* localizadas no recorte geográfico proposto pelo estudo (ROCHA *et al.* 2020).

Quadro 2 – Metodologia de Pesquisa dos Estudos

Autores / Ano	Metodologia	Setor / Localização
SARMENTO; CARBALHO; DIB (2016)	Estudo de caso único	Plataforma <i>Queremos!</i> , com atuação no financiamento de espetáculos musicais, fundada no Rio de Janeiro.
VENDRUSCOLO; GALINA (2020)	Estudo de casos múltiplos (7 <i>startups</i> internacionalizadas)	<i>Startups</i> de Tecnologia de Informação e Comunicação brasileiras: São Paulo (4), Rio de Janeiro (1), Minas Gerais (1) e Paraná (1).
ROCHA <i>et al.</i> (2020)	Estudo exploratório abordagem quantitativa (amostragem com 34 participantes, de universo de 119)	<i>Startups</i> de tecnologia da informação (T.I) do Nordeste brasileiro: Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Sergipe.
ROCHA; OLAVE; ORDONEZ (2020)	Estudo exploratório qualitativo, com as evidências interpretadas a partir da técnica de análise de conteúdo de entrevistas quatro gerentes fundadores de <i>startups</i> .	<i>Startups</i> de tecnologia da informação (T.I.), domiciliadas nos estados de Sergipe (2), Maranhão (1) e Ceará (1).
BALOG; GOMES (2022)	Estudo de caso único	<i>Startup</i> brasileira da área de óleo e gás, a CRN Engenharia, do Rio de Janeiro.

Fonte: Elaborado pelas pesquisadoras (2022).

No estágio seguinte da pesquisa, o foco recai sobre as lições no que tange à internacionalização de *startups* que podem ser obtidas a partir da literatura disponível. Considerando os principais objetivos e principais conclusões de cada trabalho, buscou-se capturar as evidências apontadas pelos autores, em cada estudo.

O objetivo geral do estudo de Sarmiento, Carvalho e Dib (2016) foi buscar uma maior compreensão sobre o papel das aceleradoras no processo de internacionalização das *startups* nelas incubadas. Os resultados indicaram que a *startup* se beneficiou de recursos e conhecimentos obtidos por meio da aceleradora, os quais seriam comumente obtidos por meio de uma rede social. Além disso, a aceleradora, foi capaz de aumentar a velocidade de internacionalização da empresa em análise. Tais resultados dialogam com os pressupostos apresentados pela abordagem das redes de negócios.

No que se refere aos resultados, os autores enfatizam: [...] identificou-se que a rede social dos empreendedores foi substituída pela rede formal e estruturada da própria aceleradora, a qual por sua vez atuou como um intermediário na obtenção de informação e de recursos adicionais e impulsionou a internacionalização rápida da *startup*”. (SARMENTO; CARVALHO; DIB, 2016, p. 64). Portanto, cabe ressaltar que para as empresas nascentes, com limitados recursos, o papel das redes assume importância no processo de internacionalização.

Os estudos de Vendruscolo e Galina (2020), Rocha *et al.* (2020) e Rocha, Olave e Ordonez (2020) investigaram os vínculos entre inovação e internacionalização. Vendruscolo e Galina (2020) buscaram compreender como o processo de inovação é impactado pela estratégia de internacionalização das *startups* brasileiras de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). A motivação, a escolha do país, o tempo, o que internacionalizaram e a forma como as *startups* chegaram a países do exterior impactaram o seu processo de inovação.

Contudo, os autores observam que a motivação, a escolha do país e a forma de entrada contribuíram mais para o processo de inovação dessas empresas. No que tange o processo de inovação e a motivação para a internacionalização, Vendruscolo e Galina (2020, p.150) consideram que a internacionalização quando é “[...] orientada para a busca de conhecimento e acesso a recursos financeiros no exterior impacta mais o processo de inovação das *startups* do que quando a *startup* está apenas buscando expansão no mercado [...]”.

No estudo de Rocha *et al.* (2020), o objetivo foi apresentar o grau de inovação, tipologia e estratégias para a inovação utilizadas pelas *startups* de tecnologias de informação do nordeste do Brasil. Ao analisar as respostas obtidas de participantes, os resultados indicaram o predomínio das inovações de processos como uma prática sistêmica em *startups* de tecnologia da informação. Sobre as estratégias para a inovação, foram identificadas as associações com

clientes e com organizações como as principais práticas, enquanto a internacionalização foi a estratégia menos percebida.

Os autores partem do pressuposto de que a inovação determina as vantagens competitivas das empresas, inclusive das *startups*. Por isso, focam nas estratégias de inovação, que incluem a escolha dos melhores e mais adequados planos organizacionais para o desenvolvimento e introdução de novos produtos e serviços. Nesse contexto é que examinaram se a estratégia de internacionalização foi praticada pelas *startups* e qual sua contribuição para a inovação.

Por um lado, os resultados apresentados pelos autores revelam que a amostragem do estudo ainda participa pouco no mercado internacional, nas formas tradicionais (exportação, importação ou investimentos externos): vinte e sete entre as trinta e quatro não realizam nenhuma prática associada à exportação de bens e serviços, ficando concentrada no mercado doméstico. Ao mesmo tempo, também foi evidenciada a baixa inserção em ecossistemas, inclusive internacionais (ROCHA *et al.*, 2020).

Tal inserção poderia favorecer a internacionalização por meio das redes de relacionamentos, como demonstrado por Sarmiento, Carvalho e Dib (2016). Na visão de Rocha *et al* (2020), é importante que tais negócios busquem essa aproximação com grupos maiores, agentes externos e especialmente, agências governamentais, instituições de pesquisa e desenvolvimento, instituições de cooperação e instituições não-governamentais, considerando a potencialidade de tais redes nos processos de internacionalização.

Rocha, Olave e Ordonez (2020) também buscam analisar as principais estratégias para inovação, utilizadas por *startups* de tecnologia da informação. Foi desenvolvido um estudo exploratório qualitativo, com as evidências interpretadas a partir da técnica de análise de conteúdo. Nos resultados, entre as principais práticas de fomento à inovação aberta foram identificadas as parcerias com clientes e organizações e a estratégia menos encontrada foi a internacionalização.

As características da própria amostragem do estudo contribuem para esse resultado, como frisam os autores “[...] evidenciou-se que a internacionalização é a estratégia menos praticada, uma vez que as *startups* participantes da pesquisa atendem, prioritariamente, aos mercados nacional e locais”. (ROCHA; OLAVE; ORDONEZ, 2020, p. 263). Contudo, apesar da prática não ser costumeira nas empresas da amostragem, a pesquisa sugere haver o reconhecimento por parte dessas empresas de que a interação com o mercado estrangeiro fomenta a inovação.

Acerca da possível correlação entre as atividades de internacionalização e inovação, os autores sugerem que futuras pesquisas avancem para análises mais estruturadas desse fenômeno: “[...] especificamente, da contribuição da internacionalização, como instrumento de fomento à prática inovadora em *startups*.” (ROCHA; OLAVE; ORDONEZ, 2020, p. 264).

Por fim, o estudo de Balog e Gomes (2022) partem do pressuposto de que *startups* já nascem globais. O estudo examina as estratégias de internacionalização utilizadas por uma *startup* brasileira da área de óleo e gás para entrada em mercados avançados. Na visão dos autores, os resultados evidenciam e corroboram com a teoria, de que para internacionalizar, essas empresas precisam fazer alianças internacionais para minimizar riscos financeiros e culturais.

Diante dessas considerações, as alianças e redes de relacionamentos determinam como *startups* de mercados emergentes, respondem à distância institucional, a partir da hibridação de diferentes aspectos das teorias comportamentais. Segundo Balog e Gomes (2022, p. 133): “[...] não existe uma teoria apenas que explique o fenômeno de internacionalização desse gênero de organização, mas que o fenômeno deve ser enxergado sob a lente em diferentes ângulos”.

Os estudos reconhecem suas limitações. Por exemplo, Sarmiento, Carvalho e Dib (2016) apresentam a limitação de seu estudo de caso único e, portanto, os seus achados não podem ser generalizados para outras firmas ou setores. Vendruscolo e Galina (2020) destacam que a busca por *startups* internacionalizadas demandou contato intenso com empreendedores e diretores de organizações do ecossistema empreendedor como a Associação Brasileira de *Startups* (ABStartup), que apesar de reunir informações das *startups* de todas as áreas no Brasil, ainda não divulga informações sobre inovações ou o processo de internacionalização. Rocha *et al* (2020) destacam os desafios das análises quantitativas quando a amostragem de participantes é inferior ao universo; Rocha, Olave e Ordonez (2020), por fim, mencionam o restrito número de *startups* dispostas a conceder entrevistas.

De uma forma geral, é possível afirmar que a literatura sobre a internacionalização de *startups*, na base de dados consultadas, ainda é incipiente. Porém, o que pode ser extraído dos estudos considerados é que o mercado das *startups* é dinâmico e composto por múltiplos atores o que exige que o conceito de internacionalização e modos de se relacionar com o exterior sejam abordados por uma concepção mais ampla. Muito além da comercialização dos bens e serviços nos mercados externos, sugere-se que as redes de relacionamento e conexões internacionais mantidas pelas *startups* são elementos estratégicos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo buscou-se sistematizar a literatura sobre internacionalização em empresas de base tecnológica iniciantes (*startups*) nas revistas acadêmicas. A base de dados eletrônica *Spell* foi selecionada por tratar-se de um repositório de artigos científicos de acesso gratuito, pela página da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD).

Entende-se *startups* como empresas que mesmo em sua fase inicial de estabelecimento, desenvolvem soluções inovadoras, com bases tecnológicas e com significativo potencial de expansão. A internacionalização, por sua vez, é uma estratégia tanto de desenvolvimento e expansão de mercado, quanto de formalização de parcerias e redes no mundo globalizado e cada vez mais conectado. O processo de internacionalização para essas empresas não possui um modelo definitivo, portanto, ainda requer aprofundamento dos estudos.

Nesse sentido, o trabalho teve o objetivo de identificar as lições da literatura sobre a internacionalização das *startups*. Por meio do modelo de revisão sistematizada da literatura proposto por Tranfield, Deyer e Smart (2003), buscou-se primeiro quantificar as publicações localizadas na base de dados *Spell*, para posteriormente, considerar os aspectos metodológicos e resultados de cada estudo.

Os principais resultados da pesquisa foram: i) nos periódicos disponíveis na base *Spell*, ainda é incipiente a discussão sobre a internacionalização de *startups* (foram localizados cinco artigos em quatro periódicos, publicados entre 2016-2022); ii) não há concentração das publicações em periódicos específicos (embora dois artigos tenham sido publicados em números diferentes da mesma revista, no mesmo ano); iii) autores dos estudos são diversos; iv) a metodologia mais adotada tem sido estudos de caso (únicos e múltiplos); v) há mais estudos focados no nexo entre inovação e internacionalização, do que propriamente nos modos ou formas de internacionalização e seus desdobramentos na competitividade ou vida das *startups*.

Sugere-se que estudos futuros aprofundem a revisão sistemática em bases de dados mais amplas. Além disso, que estudos de caso utilizem como base as teorias das redes de relacionamento, a fim de que seja possível mapear os ecossistemas das *startups* internacionalizadas, ou mesmo, em que medida contribuem com a sua internacionalização.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE ENTIDADES PROMOTORAS DE EMPREENDIMENTOS INOVADORES – ANPROTEC. **Mecanismo de geração de**

empreendimentos e ecossistemas de inovação. 2022. Disponível em: <https://anprotec.org.br/site/sobre/incubadoras-e-parques/>. Acesso em: 01 jul. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS - ABSTARTUP. **Mas afinal, o que são startups?** 2021. Disponível em: <https://abstartups.com.br/definicao-startups/>. Acesso em: 01 jul. 2022.

BALOG, Daniela Longobucco Teixeira. GOMES, Josir Simeone. Terra À Vista Para Startups Brasileiras? Um Estudo De Caso Da Energytech, Crm Engenharia. **RGO – Revista Gestão Organizacional.** v. 15, n. 2, p. 120-137, 2022.

BALDWIN, Richard. **Global supply chains: why they emerged, why they matter, and where they are going.** Geneva: Centre for Trade and Economic Integration (CTEI). **Working Papers** CTEI-2012-13. 2013. Disponível em: <https://ideas.repec.org/p/cpr/ceprdp/9103.html>. Acesso em: 01 jul. 2022.

BANDO, Cristina Mieko Costa. **Internacionalização de startups brasileiras: uma abordagem prática através do programa *startout* brasil.** 2018. 175 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia Para A Inovação, Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

BLANK, Steve.; DORF, Bob. **Startup: Manual do empreendedor.** Rio de Janeiro, Editora Alta Books, 2012.

BRASIL. Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. Gabinete do Ministro. Portaria nº 6.762, de 17 de dezembro de 2019. Brasília, 2019.

CALDAS, Patrícia Trindade *et al.* **Estratégias para internacionalização de empresas com atuação em redes: um estudo exploratório em um consórcio de exportação no setor de confecções.** 2009. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos08/351_Artigo_SEGET_2008.pdf. Acesso em: 29 out. 2021.

CARNEIRO, Jorge; DIB, Luis Antônio. Avaliação comparativa do escopo descritivo e explanatório dos principais modelos de internacionalização de empresas. **INTERNEXT – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM,** v. 2, n. 1, p. 1-25, 2007.

CAVUSGIL, S. Tamar; KNIGHT, Gary. Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. **Journal of International Business Studies,** v.35, p. 124–141, 2004.

CAVUSGIL, S. Tamar; KNIGHT, Gary; RIESENBERGER, Jhon R. **Negócios Internacionais: estratégia, gestão e novas realidades.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** 3. ed. - Porto Alegre : Artmed, 2010.

CRISCUOLO, Chiara; GAL, Peter N.; MENON, Carlo. The Dynamics of Employment Growth: New Evidence from 18 Countries, **OECD Science, Technology and Industry Policy Papers,** No. 14, OECD Publishing, Paris, 2014.

DIB, Luís Antônio da Rocha. ROCHA, Angela da. SILVA, Jorge Ferreira. The Internationalization Process of Brazilian Software Firms and The Born Global Phenomenon: Examining Firm, Network, And Entrepreneur Variables. **Journal Of International Entrepreneurship**, v.8, n.3, p. 233-253, 2010.

DUNNING, John H. The Eclectic Paradigm of International Production: A restatement and some possible extensions. **Journal of International Business Studies**, v. 19, n. 1, p. 1-31, 1988.

ESTER, Peter. Silicon Valley: The DNA of an Entrepreneurial Region. In **Accelerators in Silicon Valley** (p. 21–36). Amsterdam: Amsterdam University Press. 2017.

FLEURY, Afonso. FLEURY, Maria Tereza Leme. “A reconfiguração das Cadeias Globais de Valor (*global value chains*) pós-pandemia”. **Estudos Avançados**, v. 34, n. 100, 2020.

GALVÃO, Taís Freire. PEREIRA, Mauricio Gomes. Revisões sistemáticas da literatura: passos para sua elaboração. **Epidemiol. Serv. Saúde**, Brasília, v.23, n. 1, p.183-184, 2014.

GRAHAM, Paul. **Startup = Growth**. 2012. Disponível em: <http://www.paulgraham.com/growth.html>. Acesso em: 11 out. 2021.

JOHANSON, Jan. MATTSSON, Lars Gunnar. Internationalization in industrial systems: a network approach. In: HOOD, H.; VAHLNE, J. (Eds.). **Strategies in foreign competition**. London: Croom Helm, 1988.

JOHANSON, Jan. VAHLNE, Jan Erik. The internationalisation process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitment. **Journal of International Business Studies**, v.8, p. 23-32, 1977.

JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan Erik. Business Relationship Learning and Commitment in the Internationalization Process. **Journal of International Entrepreneurship**, v. 1, n. 1, p. 83-101, 2003.

JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan Erik. The mechanisms of internationalization. **International Marketing Review**, v.7, n.4, p. 11-24, 1990.

LEBRET, Hervé. Startups and Stanford University: An analysis of the entrepreneurial activity of the Stanford community over 50 years. **Sarn Electronic Journal**, [S.l.], nov. 2017.

MARUYAMA, Felipe. **Incubar ou Acelerar?**: análise sobre o valor entregue para as *startups* pelas incubadoras e aceleradoras de negócio. 2017. 335 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

MAO, Camila Shan. **Políticas Públicas de Apoio a Startups**. 2020. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Mestrado Profissional em Governança e Desenvolvimento, Escola Nacional de Administração Pública, Brasília, 2020.

MARTINELLI, Orlando. **A Globalização e a Indústria Alimentar**. São Paulo: FAPESP, 1999.

MOEN, Oystein. The Born Globals: A New Generation of Small European Exporters. **International Marketing Review**, v. 19, n. 2, p. 156-175.2002.

O'GRADY, Shawna. LANE, Henry. W. The Psychic Distance Paradox. **Journal of International business studies**, v. 27, n. 2, p. 309-333, 1996.

OVIATT, Benjamin M. MCDOUGALL, Patrícia Phillips. Toward a theory of international new ventures. **Journal of International Business Studies**, 25, p. 45-64, 1994.

RASMUSSEN Erik. MADSEN, Tage K. EVANGELISTA Felicitas. The Founding of The Born Global Company in Denmark and Australia: Sensemaking And Networking. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**, v.13, n. 3, p.75-107, 2001.

RIES, Eric. **The Lean Startup**. New York: Crown Business, 2011.

RIES, Eric. **A Startup Enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas**. Tradução de Texto Editores. São Paulo: Lua de Papel, 2012. Disponível em: <http://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/a-startup-enxuta-eric-ries-livro-completo.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2022.

RIBEIRO, Fernanda Cecília Ferreira. **Born Globals Brasileiras: estudo da internacionalização de empresas de base tecnológica**. 2012. 250 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Administração., Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

ROCHA, Ronalty Oliveira et al. Estratégias, tipos y grado de innovación: estudio en startups de tecnología de la información en el Noreste de Brasil. **Navus**, v. 10 p. 01-17, 2020.

ROCHA, Ronalty Oliveira. OLAVE, Maria Elena Leon. ORDONEZ, Edward David Moreno. Estratégias de inovação: uma análise em startups de tecnologia da informação. **Rev. de Empreendedorismo e Gest. Pequenas Empres**, v.9, n.3, p. 237-271, 2020.

RONCARATTI, Luanna. **Difusão e Inovação em Políticas Públicas no Brasil: uma análise comparativa dos programas de incentivos a startups**. 2018. 211 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Instituto de Ciência Política, Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

SARMENTO, Carolaine. F. B; CARVALHO, Carlos Augusto S.; DIB, Luís Antônio R. Effectuation e a influência das redes sociais em internacionalização de startups em aceleradoras. **InternexT - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 11, n. 1, p. 63-76, 2016.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2017). Anuário do trabalho nos pequenos negócios: 2015. 8.ed /; Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. Brasília, DF: DIEESE. Disponível em:

<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/anu%C3%A1rio%20do%20trabalho%202015.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2022.

SILVA, Rafael Salomão Moraes da, DIB, Luis Antonio da Rocha. **Processos de Internacionalização de Born Globals: Estudo de Casos de Empresas Brasileiras de Software**. Acessado em 21 set. 2021. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/3Es36.pdf>

SILVA, Itiel Moraes. CHAGAS, Ana Carla Cavalcante. SIQUEIRA, Samara Vieira. Características de empreendedorismo internacional no processo de internacionalização: um estudo de caso na empresa Menendez & Amerino. **Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 7, n. 2, p. 107-136, 2012.

SINGH, Vijay Kumar. Policy and Regulatory Changes for a Successful Startup Revolution: Experiences from the Startup Action Plan in India. **ADB Working Paper 1146**. Asian Development Bank Institute, Tóquio, 2020.

SPELL - *Scientific Periodicals Electronic Library*. Disponível em: <http://www.spell.org.br/>. Acesso em: 02 jun. 2022.

STARTING UP. **Introduction**. 2021. Disponível em: <https://starting-up.org/en/starting-up/introduction/startup-history>. Acesso em: 6 out. 2021.

STARTUPBASE. **Estatísticas**. 2022. Disponível em: <https://startupbase.com.br/home/stats>. Acesso em: 7 out. 2021.

STARTUPBLINK. **Global Startup Ecosystem Index**. 2021. Disponível em: <https://lp.startupblink.com/report/#:~:text=The%20StartupBlink%20annual%20Global%20Startup,decision%20makers%20around%20the%20world>. Acesso em: 7 out. 2021.

STARTUPBLINK. **Global Startup Ecosystem Index 2022**. Disponível em: https://www.startupblink.com/?utm_source=2021index&utm_medium=report&utm_campaign=v1. Acesso em: 1 jul. 2022.

TANEV, Stoyan. Is There a Lean Future for Global Startups? **Technology Innovation Management Review**, v. 7, n. 5, p. 6-15. 2017.

TRANFIELD, David. DEYER, David. SMART, Palminder. Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. **British Journal of Management**, v. 14, p. 207-222, 2003.

VASILCHENKO, Elena. MORRISH, Sussie. The Role Of Entrepreneurial Networks In The Exploration And Exploitation Of Internationalization Opportunities By Information And Communication Technology Firms. **Journal Of International Marketing**, v. 19, n. 4, p. 88-105. 2011.

VENDRUSCOLO, Luisa Tondo; GALINA, Simone V. R. A Internacionalização no Processo de Inovação das Startups Brasileiras de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC). **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 9, n. 2, p. 123-157, 2020.

WEINZIMMER, Laurence NYSTRON, Paul.C. FREEMAN, Sarah. Measuring organizational growth: issues, consequences and guidelines. **Journal of Management**, v. 24, n. 2, p. 235– 262, 1998.

WELCH, Lawrence. LUOSTARINEN, Reijo. Internationalization: Evolution of a Concept. **Journal of General Management**, v. 14, n. 2, p. 34-55, 1988.

WIKLUND, Johan. PATZELT, Holger. SHEPHERD, Dean. Building an Integrative Model of Small Business Growth. **Small Business Economics**, v. 32, p. 351-374, 2009.

ZHANG, Liping; SCHIMANSKI, Silvana. Cadeias Globais de Valor e os Países em Desenvolvimento. **Boletim de Economia e Política Internacional**. n.18, 2014. Disponível em:< http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/5322/1/BEPI_n18_Cadeias.pdf. Acesso em: 27 maio 2022.

ⁱ Professora da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Pesquisadora colaboradora do Genint (Grupo de Estudos e Pesquisas em Negociações Internacionais) . Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1855557042879273>. Email: natali@univali.br.

ⁱⁱ Professora da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3457106087820502>. Email: fneves@univali.br.

ⁱⁱⁱ Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Federal de Pelotas. Email: leticiapcaldeirao@gmail.com

^{iv} Professora Adjunta da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Coordenadora do Genint (Grupo de Estudos e Pesquisas em Negociações Internacionais). Docente do PPG em Ciência Política UFPel. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4078982331052479>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9405-4653>. E-mail: silvana.schimanski@ufpel.edu.