

CAPACIDADES DINÂMICAS E EMPREENDEDORISMO INTERNACIONAL NO PARQUE TECNOLÓGICO DE PERNAMBUCO: ANÁLISE DE EMPRESAS DO PORTO DIGITAL

João Lucas Vieira Silva

joao.lucasvieira@ufpe.br

Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Recife, PE, Brasil.

Yákará Vasconcelos Pereira

yakarav@gmail.com

Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Recife, PE, Brasil.

RESUMO

O Empreendedorismo Internacional (EI) e as Capacidades Dinâmicas (CDs) vêm ganhando destaque, principalmente, em empresas de base tecnológica. A busca por esse alcance leva as organizações a assumirem riscos e utilizarem-se de posições proativas e empreendedoras. Para chegarem ao objetivo desejado, as organizações adaptam processos, rotinas e ferramentas. Esse elo entre as capacidades dinâmicas e o Empreendedorismo Internacional se apresentaram imprescindíveis para alcançar o sucesso da internacionalização. Este artigo busca analisar como as capacidades dinâmicas influenciam o empreendedorismo internacional de empresas do Porto Digital. Para viabilizar a investigação, foi realizado o estudo de múltiplos casos com empresas aportadas nesse parque tecnológico. Os dados foram coletados por meio de entrevistas com gestores estratégicos, os quais detinham informações acerca da internacionalização dos empreendimentos, bem como dados secundários que foram obtidos a partir de matérias de jornais e revistas via acesso por assinatura. Revelaram-se dois elos entre as capacidades dinâmicas e as dimensões do EI, a saber: identificação e exploração de oportunidades e a capacidade de estabelecer relacionamentos, propensão à adaptação e a capacidade de aprendizagem. Considerado um campo ainda recente, na literatura existem poucos estudos em países de economia emergente. Tanto as limitações quanto os aprendizados dos gestores estratégicos para internacionalização contribuem para uma visão mais robusta sobre o processo de internacionalização e aplicação das capacidades dinâmicas para a sobrevivência e ganho de vantagem competitiva nas empresas. A investigação e a compreensão do tema em empresas sediadas em um dos maiores parques tecnológicos da América Latina revela a influência entre as CDs e as dimensões do EI que ocorrem de forma tênue e imperativa para o processo de internacionalização.

Palavras-chave: Empreendedorismo Internacional; Capacidades Dinâmicas; Porto Digital.

INTRODUÇÃO

A globalização influenciou a abertura dos mercados internacionais e permitiu mais integração econômica. Nesse contexto, observa-se que a informação, o capital e a tecnologia são projetados para além das fronteiras nacionais (Friedman, 1999) permitindo que as multinacionais ampliem as operações em diversos países (Feenstra e Hanson, 1997).

Nesse âmbito, destaca-se o Empreendedorismo Internacional (EI) o qual pode ser considerado um campo de pesquisa recente – citado inicialmente por Morrow (1988) e investigado na academia por McDougall (1989). Os estudos de EI se iniciam na área de internacionalização de empresas com enfoque nas firmas nascidas globais, denominadas *borns globals*. As investigações sobre essas firmas vêm obtendo relevância no campo acadêmico e estão concentradas principalmente no setor de tecnologia (Chakravarty, 2021; Keupp & Gassmann, 2009; Ribeiro *et al.*, 2012).

Nesse sentido, à medida que as pesquisas avançam, o arcabouço teórico se desenvolve e evolui a respeito da compreensão do conceito de Empreendedorismo Internacional, entendendo-se o EI como “[...] uma combinação de comportamento inovador, proativo e de risco que cruza fronteiras nacionais e tem como objetivo a criação de valor nas organizações” (McDougall & Oviatt, 2000, p. 903). Tal entendimento perpassa pela concepção de que o EI concebe apenas organizações comerciais que buscam criar vantagens competitivas no uso de recursos e a venda de produtos finais em vários países (Oviatt & McDougall, 1994).

Atualmente, o fenômeno vem sendo observado em organizações de grande e pequeno porte, bem como antigas e novas (Coombs *et al.*, 2009) e demonstra a necessidade de realização de novas pesquisas (Ahmed & Brennan, 2021; Keupp & Gassmann, 2009). Nesse contexto, a internacionalização – assim como o empreendedorismo – não é considerada um fenômeno estático, mas sim se trata de um processo (Dimitratos & Plakoyannaki, 2003; Keupp & Gassmann, 2009). Venkataraman *et al.* (2012) destacam que durante o processo de internacionalização, exige-se que o empreendedor aja e interaja com o ambiente, bem como se relacione com a identificação e exploração das oportunidades de forma dinâmica.

No Brasil, houve crescimento dos indicadores de empreendedorismo. Segundo o estudo publicado pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o Brasil passou de 27 milhões de empreendedores em 2011 para 53 milhões, em 2019. Nos países em desenvolvimento, é possível notar cenários mais instáveis. Para isso, torna-se necessário que as empresas sejam empreendedoras e atentas às ameaças e novas oportunidades (Guerra *et al.*, 2016; Herrmann *et al.*, 2017).

Destarte, no processo de internacionalização para que os empreendedores atuem em ambiente complexo, as capacidades dinâmicas auxiliam as organizações por meio da reconfiguração, integração de competências, garantindo vantagem competitiva para atuar e executar as atividades empresariais (Teece *et al.*, 1997). Assim, deve dispor de capacidades dinâmicas para reconhecer o valor de novas informações externas, assimilá-las e aplicá-las comercialmente, ou identificar e capitalizar oportunidades emergentes de mercado, bem como no desenvolvimento de novos produtos e serviços inovadores em quantidade e qualidade superior em relação aos concorrentes (Mckelvie & Davidson, 2009; Wang & Ahmed, 2007). Portanto, o estudo das capacidades dinâmicas revela-se como imprescindível para a realização desta pesquisa.

Assim, o presente estudo visa contribuir no desenvolvimento do campo do conhecimento da Administração ao relacionar o EI e as capacidades dinâmicas em organizações da área de tecnologia, especificamente do Porto Digital. O Porto Digital é um dos maiores parques tecnológicos do Brasil (Steiner *et al.*, 2008) e concentra empreendedores que buscam diferenciação por meio da tecnologia e da inovação no mercado doméstico e global. Ademais, esta investigação visa contribuir ao analisar as organizações de um país com economia emergente para assim preencher o *gap* existente na literatura científica devido à escassez de pesquisas nas nações em desenvolvimento (Ahmed & Brennan, 2021; Johanson & Vahlne, 2009). Frente ao exposto, alcança-se a seguinte pergunta de pesquisa: como as capacidades dinâmicas influenciam o empreendedorismo internacional de empresas do Porto Digital?

REFERENCIAL TEÓRICO

A seguir, apresenta-se a literatura de EI e capacidades dinâmicas.

Capacidades dinâmicas

À medida que os mercados se desenvolvem, os ambientes se tornam mais complexos e dinâmicos, a mudança tecnológica mais rápida e as capacidades dinâmicas ganham relevância, pois permitem que as organizações possam lidar com essas questões de forma a proporcionar vantagem competitiva (Teece 2007; Teece & Pisano, 1994; Teece *et al.*, 1997). Na definição inicial proposta por Teece *et al.* (1997, p. 516), a capacidade dinâmica é definida como a habilidade da firma em integrar, construir e reconfigurar competências externas e internas em ambientes de mudança rápida. Eisenhardt e Martin (2000), diferentemente do proposto por Teece *et al.* (1997), compreendem as capacidades dinâmicas como um processo organizacional, que por meio de rotinas

e estratégias, alcança a reconfiguração e recombinação de recursos para obter vantagem competitiva, orientando-se majoritariamente pela visão baseada em recursos (RBV) e não aderindo à abordagem teórica utilizada por Teece (Di Stefano *et al.*, 2014).

Segundo Zollo e Winter (2002), à medida que o campo evolui, o entendimento de capacidades dinâmicas é desenvolvido. Eles compreendem CDs como um padrão de atividade coletiva, o qual utiliza de mecanismos modificando a rotina em busca da eficiência de aprendizagem. Nesse mesmo sentido, Wang e Ahmed (2007) entendem como um comportamento constante para reconfigurar, recombinar, renovar e recriar recursos e capacidades para a reconfiguração das capacidades chave para agir e sustentar a vantagem competitiva diante das mutações do ambiente. Zahra *et al.* (2006) consideram CDs como a habilidade de reconfigurar recursos e rotinas da empresa da maneira planejada pelo principal gestor da organização. Outrossim, há também autores que compreendem dessa maneira (Andreeva & Chika, 2006; Collis, 1994; Wang & Ahmed, 2007; Zollo & Winter, 2002).

Di Stefano *et al.* (2014) argumentam que o campo de CD se constrói em uma base heterogênea devido à dicotomia existente nos artigos seminais introdutórios que se baseiam em perspectivas diferentes. Dessa forma, na medida em que o campo evolui, a divergência sobre a compreensão prevalece pelo fato de os conceitos introdutórios serem contraditórios. Destarte, ao passo que há avanços, Teece (2014) argumenta que capacidades dinâmicas entrelaçadas com estratégias de internacionalização são basilares para que haja vantagem competitiva.

Empreendedorismo Internacional

Para Schumpeter (1988), empreender está intrinsecamente relacionado ao processo de inovação, assim apresenta o termo “destruição criativa” o qual tem implicações na criação de produtos, em que métodos existentes são destruídos e substituídos por novos. Gimenez *et al.* (2014) concordam com Schumpeter e complementam ao considerar o ato de empreender relacionado a alguém que – sob incertezas e riscos financeiros – gera uma ideia inovadora, utilizando a combinação de recursos. Dornelas (2014) parte da perspectiva de pessoas e identificação das oportunidades ao determinar que o trabalho em conjunto gera a transformação de ideias em oportunidades e essas em negócios.

Ao analisar o fenômeno na perspectiva global, o Empreendedorismo Internacional (EI) ganha relevância no campo acadêmico ao auxiliar na compreensão do processo de internacionalização. Nesse sentido, o EI foi definido por McDougall (1989) como “[...] o desenvolvimento de novas

empresas internacionais ou startups que desde o início se engajam em negócios internacionais, assim têm suas operações de domínio como internacionais desde os estágios iniciais de operação da firma” (McDougall, 1989, p. 387). Zahra e George (2002) concebem o EI a partir de uma perspectiva processual de descobrimento, identificação e como um processo de descoberta criativa. Na lógica de exploração de oportunidades, Dimitratos e Plakoyiannaki (2003) contribuem com a visão estabelecida com Zahra e George (2002) e acrescentam ao integrar a cultura organizacional ao EI e o papel do empreendedor. Nesse panorama, Mtigwe (2006) também identifica o Empreendedorismo Internacional como um processo, mas sua concepção agrega na ótica de Dimitratos e Plakoyiannaki (2003) ao destacar o comportamento empreendedor no conceito de Empreendedorismo Internacional como crucial para o resultado empresarial, contemplando uma gestão corajosa na qual o engajamento individual inovador, proativo, o comportamento favorável a enfrentar risco calculado projetado para processar as oportunidades de negócios no exterior apresentadas pelas imperfeições e sucesso do mercado multinacional, bem como por recompensas financeiras e não-financeiras.

Os estudos clássicos vêm contribuindo significativamente com a revisão de literatura (Dimitratos & Plakoyiannaki, 2003; Oviatt & McDougall, 1994; Zahra & George, 2002) e estudos teóricos-empíricos (Anderson, 2000; Schweizer *et al.*, 2010; Welch & Welch, 2004). Assim, a área mostra-se relevante e demanda o aprimoramento de práticas de exportação, diversificação, evolução da taxa de crescimento e o alcance da economia de escala (Czinkota, 1994).

Capacidades dinâmicas e empreendedorismo internacional

Na atuação das organizações em contextos internacionais, exige-se dos empreendedores capacidades para enfrentar as barreiras internacionais e lidar com os riscos em novo país hospedeiro, diferenças culturais, burocracias, limitações financeiras, fornecedores, distância psíquica, bem como outros fatores. Nessa perspectiva, a orientação empreendedora se destaca como capacidade de gerenciar empresas internacionais e viabilizar a internacionalização bem-sucedida (Vahlne & Johanson, 2017). Saravathy (2014) argumenta que os gestores possuem papel importante na gestão de recursos, visto que as tomadas de decisões estratégicas geram melhores resultados. Além disso, destaca que as ações tomadas com recursos são mais importantes que os recursos em si, visão compartilhada por Vandekerckhove e Dentchev (2005). Mostafiz *et al.* (2019a, p. 10) destacam que as capacidades gerenciais dinâmicas auxiliam na identificação e exploração de oportunidades internacionais com papel significativo no sucesso da internacionalização das organizações e a definem como “[...] a capacidade dos ges-

tores de sentir, aprender e transformar oportunidades internacionais”. Nessa perspectiva gerencial, busca-se a exploração de oportunidades e criação de vantagem competitiva que reflete na aprendizagem organizacional (Li *et al.*, 2018), vista como aprimoramento para gerar novos produtos ou serviços (Batti *et al.*, 2020). Para Weerawardena *et al.* (2007) as *borns globals* aprendem novas rotinas organizacionais e processos que corroboram para a eficácia da internacionalização.

Tanto Zahra e George (2002) quanto Mitgwe (2006) concebem o conceito de EI à luz da inovação, compreendendo-o como um processo de descoberta criativa e exploração de oportunidades para a busca de vantagem competitiva. França *et al.* (2019), a partir da inovação, reconhecem que a capacidade inovativa fomenta a criação de novos produtos e serviços – perspectiva compartilhada também por McKelvie e Davidson (2009). Alegre *et al.* (2012) argumentam que para se ter competitividade a inovação e a internacionalização transformaram-se em atividades essenciais.

Nesse sentido, ao passo que a internacionalização ocorre, há indivíduos que se destacam no EI e exploram oportunidades. Tseng e Lee (2010) e Fraccastoro *et al.* (2021) afirmam que a capacidade de estabelecer redes influencia na forma como as empresas identificam as mudanças e a tendência de mercados, bem como interpretam informações e explicam ainda que organizações conectadas a mercados internacionais conseguem superar barreiras como diferenças culturais, turbulências dos mercados e incertezas no processo regulatório. Na mesma ótica mercadológica, a capacidade adaptativa (Gibson & Brikshaw, 2004; Monferrer *et al.*, 2015; Tayauova, 2011; Wang & Ahmed, 2007) para Miocevic e Morgan (2018) auxiliam a organização na antecipação das rápidas mudanças no mercado e obter vantagem ao atender demandas externas.

Em essência, Luo (2000) argumenta que as capacidades dinâmicas se tornam cruciais para o processo de internacionalização bem-sucedido, pois fornecem subsídios para essa atuação (Vahlne & Jonsson, 2017). Assim, ambientes como parques tecnológicos, que abarcam variadas organizações inovativas e que buscam garantir a vantagem competitiva e a sustentabilidade da organização (Steiner & Robazzi, 2008; Valentim *et al.*, 2018), podem ser diretamente beneficiadas das pesquisas desenvolvidas sobre o EI e capacidades dinâmicas.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa adotou o método qualitativo, que segundo Godoy (1995), possui como escopo central a análise empírica. Dessa forma, exige-se do pesquisador contato intensivo com o ambiente e com a situação que está sendo estudada.

Neves (1996) argumenta que a relação entre conhecimento e fenômeno decorre da capacidade de interpretação do pesquisador, que aplica como referencial e visão de mundo.

O método de pesquisa empregado é o estudo de múltiplos casos, pois a evidência formada com esse método é medida de modo confiável (Baxter & Jack, 2008). Gustafsson (2017) afirma que estudos de múltiplos casos criam uma teoria mais eloquente quando as sugestões são intensivamente estabelecidas em múltiplas evidências empíricas. Destarte, esse método propicia que as questões de pesquisa e a evolução teórica se sucedam de forma mais ampla (Eisenhardt & Graebner, 2007). Para que se possa obter dados de ações realizadas pelos empreendedores que lograram a internacionalização, esta pesquisa também adota a perspectiva longitudinal em retrospectiva.

Os objetos de estudo restringem-se a empresas embarcadas no Porto Digital, que possuem base tecnológica e atuam nos setores de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e Economia Criativa (EC). O complexo foi premiado três vezes como o melhor parque tecnológico e reconhecido internacionalmente pelo papel importante no desenvolvimento tecnológico mundial. Destaca-se ainda por contar com mais 300 empresas, institutos de pesquisa, incubadoras, aceleradoras e fundos de investimentos, representando um faturamento de R\$2,3 bilhões e empregando mais de 11 mil pessoas (Porto Digital, 2017). O ano de fundação, a propriedade, o número de funcionários e os principais mercados atendidos das empresas selecionadas são apresentados no **Quadro 1**. As empresas A e B foram fundadas em 2006, a segunda atende ao maior número de clientes estrangeiros.

Uma das vantagens da pesquisa qualitativa é que as evidências podem ser obtidas por meio de múltiplas fontes, como entrevistas, observações, análise de documentos etc. (Godoy, 2005). Dessa forma, foram analisadas 71 matérias jornalísticas, das quais 15 matérias contribuíram para o estudo. O **Quadro 2** expõe as fontes e os descritores utilizados para encontrar o material secundário. Em revistas mais locais, a pesquisa permitiu o uso de descritores relacionados diretamente ao Porto Digital ou internacionalização, enquanto na HSM management o descritor foi mais abrangente. Dos textos encontrados, 15 foram selecionados como úteis para a pesquisa.

No que tange à escolha dos participantes do estudo, como critério foi considerado o acesso aos indivíduos e as informações relevantes que possam dispor para contribuir com dados relevantes para a identificação das ações estratégicas realizadas no empreendimento. Participaram da pesquisa, ocupantes de cargos C-level e respondentes influentes na concepção de estratégias para a internacionalização.

| Empresas | Ano de fundação | Propriedade | Nº de funcionários | Principais mercados internacionais atendidos |
|-----------|-----------------|--------------|--------------------|--|
| Empresa A | 2006 | Pernambucana | 47 | Estados Unidos |
| Empresa B | 2006 | Pernambucana | 29 | México, Holanda, Canadá e Estados Unidos |
| Empresa C | 1992 | Pernambucana | 94 | Portugal |
| Empresa D | 2004 | Pernambucana | 400 | Estados Unidos |

Quadro 1. Apresentação dos empreendimentos analisados

Fonte: Os próprios autores

| FONTES | DESCRITORES | RESULTADO DAS BUSCAS | | | |
|----------------------|---------------------------------------|----------------------|---------------|----------------|----------------|
| | | REPETIDOS | TEXTOS ÚNICOS | NÃO CONTRIBUEM | TEXTOS VÁLIDOS |
| Jornal do comércio | “Porto Digital” | 0 | 10 | 10 | 0 |
| Diário de Pernambuco | “Porto Digital” “Internacionalização” | 2 | 36 | 23 | 15 |
| Exame | “Porto Digital” | 0 | 25 | 25 | 0 |
| HSM Management | “Recife” | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | | 2 | 71 | 58 | 15 |

Quadro 2. Material secundário analisado

Fonte: Os próprios autores

Para a obtenção dos dados, utilizou-se da plataforma de reuniões Google Meet para realizar duas entrevistas e o Google Forms para a obtenção de mais duas respostas. Triviños (1987) argumenta que a entrevista semiestruturada “[...] favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade [...]”, além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações (Triviños, 1987, P. 152). Este gênero de entrevista permite que as informações se manifestem de forma mais livre e tornando as respostas não sujeitas a uma padronização (Manzini, 1991).

O **Quadro 3** apresenta o cargo, a formação, o tempo de empresa e a forma da obtenção de dados, apenas a entrevista com a empresa C ocorreu com mais de uma pessoa do mesmo empreendimento. Todas as entrevistas foram feitas de forma on-line com respondentes com conhecimento sobre o processo de internacionalização.

Após a obtenção de dados primários e secundários, para tratar as informações, foi utilizada a análise de conteúdo de Bardin (2011).

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, são discutidas as capacidades dinâmicas e as dimensões do Empreendedorismo Internacional encontradas nas empresas analisadas do Porto Digital. Ademais, discorre-se sobre a existência dos elos entre as CD e as dimensões do EI identificados.

Capacidade dinâmicas das empresas analisadas

A presente pesquisa tem o intuito de identificar as capacidades dinâmicas de Empreendedorismo Internacional das empresas selecionadas. A partir da análise dos dados foi possível identificar três capacidades dinâmicas, a saber: adaptação, aprendizagem e estabelecer relacionamentos (**Quadro 4**).

A capacidade dinâmica de adaptação pode ser compreendida como a capacidade de identificar oportunidades, ser flexível a mudanças de estratégias e utilizar recursos para o marketing, mapeamento de concorrentes e respostas às rápidas mudanças do mercado. Além disso, é vital para a sobrevivência da empresa (Monferrer *et al.*, 2015; Teece *et al.*, 1997; Wang & Ahmed, 2007). Os achados desta pesquisa corroboram Miocevic e Morgan (2018) que defendem a premissa da adaptabilidade como a adaptação feita para atender às necessidades dos clientes e personalizar a oferta de valor. Outrossim, a adaptação exige a renúncia de tradições, práticas para auxiliar o empreendimento a alcançar o sucesso na internacionalização (Gibson & Brikshaw, 2004).

Já a capacidade dinâmica de aprendizagem possui aspecto distinto de acordo com Weerawardena (2007), especificamente em relação ao conhecimento adquirido em experiências internacionais prévias, como exposto por um respondente:

“[...] A depender dos gestores que nós vamos falar [...] claro que a alta gestão precisa estar

| Empresa | Respondente | Cargo | Formação | Tempo na empresa | Obtenção dos dados |
|-----------|----------------|------------------------|-----------------------------------|------------------|--------------------|
| Empresa A | Respondente A | Diretor Administrativo | Mestrado em Ciência da Computação | 16 anos | Google Forms |
| Empresa B | Respondente B | Controller | Bacharelado em Administração | 5 anos | Google Forms |
| Empresa C | Respondente C1 | COF | Mestrado em Design | 2 anos e 3 meses | Google Meet |
| | Respondente C2 | Head of Business | Mestrado em Análise de Dados | 1 ano e 9 meses | |
| Empresa D | Respondente D | CEO | Mestrado em Ciência da Computação | 17 anos | Google Meet |

Quadro 3. Apresentação dos sujeitos entrevistados

Fonte: Os próprios autores

| CDs | Empreendimentos | Evidências |
|---|---------------------|--|
| Capacidade dinâmica de adaptação (Miocevic e Morgan, 2018; Schweizer et al., 2010) | Empresas A,B, C e D | <p>“Total, a gente tem uma velocidade de mudança aqui que poderia ser menor (risadas) chegou algum artigo, alguma coisa a gente já implementa, já muda. Pra você ver eu tenho uma pasta aqui com propostas, propostas feitas aos clientes, impressionante como não tem praticamente uma proposta igual a outra, ela vem sempre mudando, evoluindo, porque evolui até nosso próprio entendimento sobre o negócio, não é só a forma de mostrar para o cliente, não. A gente implanta isso internamente e depois expressa isso em propostas, em ações, mas é constante, a mudança é constante.” (RESPONDENTE C1)</p> <p>“Sim. Com a exploração do mercado internacional, toda nossa equipe precisou se adaptar um pouco quanto à cultura e formato de trabalho dos nossos clientes”. (RESPONDENTE B)</p> |
| Capacidade dinâmica de aprendizagem (Schweizer et al., 2010; Weerawardena, 2007). | Empresa B, C e D | <p>“Eventos YPO, Cursos dos sócios no MIT, Harvard e ainda eventos dos nossos parceiros (Unify, Poly etc).” (RESPONDENTE B)</p> <p>“Habilidade de estudo, ler tudo que está acontecendo no mundo e trazendo para isso provocar internamente se cabe ou não a gente seguir isso aí, então assim, nós somos uma empresa muito focada no conhecimento, uma empresa que está estudando o tempo inteiro o que está acontecendo no mundo e de que forma isso pode ser passado para o campo prático, é porque toda a semana a gente muda, porque vai pegando desenhos do que está acontecendo no mundo inteiro e ainda assim tentando passar para a nossa realidade”. (RESPONDENTE C1)</p> |
| Capacidade dinâmica de estabelecer relacionamentos (Tseng e Lee, 2010; Vahlne e Johanson, 2013) | Empresa A, C e D | <p>“Você tinha o André, que trabalhava no Fundão que lá tem um outro ecossistema de inovação, então assim, estar presente em locais desse tipo ele faz com que você começa a criar redes de relacionamento, que faz com que um converse com o outro é meio que chegando a locais que você não chegaria batendo na porta e querendo entrar. Então você cria uma rede de relacionamento é [...] muito interessante através desses ecossistemas de inovação”. (RESPONDENTE C1)</p> <p>“[...] normalmente, através de cliente que já atendemos no Brasil, foi o exemplo que eu citei da Asex, nós atendemos a subsidiária do Brasil e a gente termina indo a outras unidades de outros países, isso é uma forma, outra forma é através de contato, nos países onde a gente tem clientes que já atendia no Brasil [...] brasileiros que foram transferidos, em eventos que a gente participa, mas o que a gente tem que [...] o que a gente tem normalmente como foco é o mercado brasileiro, no mercado internacional nós não temos prospecção ativa, acontece quando se dão situações como essas que eu acabei de citar”. (RESPONDENTE D)</p> |

Quadro 4. Capacidades dinâmicas das empresas analisadas

Fonte: Os próprios autores

engajada nisso, precisa ter esse entendimento, esse foco [...] E os líderes de projetos, gerentes de projetos também [...] Na medida em que eles começam a ter mais essa interação internacional [...]”. (RESPONDENTE D)

Há também o aspecto da aquisição de conhecimento adicional (Weerawardena, 2007). A partir das falas obtidas, nota-se que esse fator demonstra que as empresas buscam conhecimento externo para identificar oportunidades de mercado e aprimorar a orientação para o mercado. Nesse mesmo sentido, Batti *et al.* (2020) argumentam que a aprendizagem caminha para a melhoria incremental na tecnologia e competência, proporcionando um produto inovador.

Quanto à capacidade de estabelecer relacionamentos se destaca como uma capacidade detectora de oportunidades no mercado. Nessa mesma perspectiva, Tseng e Lee (2010) argumentam que a capacidade de rede auxilia a organização na formulação de estratégias de negócios e para responder às mudanças no mercado, ao passo que fortalece laços e vínculos com clientes e fornecedores. Para além disso, os autores defendem o âmbito relacional, que as redes auxiliam na superação de barreiras culturais, como mencionado na entrevista:

“Além da presença física eu logo coloco na abertura do pitch de vendas que eu sou português também e eles ‘ahhh [...]’ porque há muito [...] Há muito preconceito natural, eles acham que o brasileiro está sempre em alguma coisa atrasada”. (RESPONDENTE C2)

Além de apoiar com questões burocráticas e modo de entrada, conforme mencionado:

“Do ponto de vista administrativo, a gente tem aqui no Brasil um ponto focal, vamos dizer assim, financeiro que cuida de toda essa parte financeira, toda essa parte legal, e com o apoio de Luís, nos principais órgãos que regulam o mercado de Portugal, outra coisa que também é importante a presença física dele lá, ajuda. Para atender essas demandas externas dessas mudanças, que acontecem, por exemplo, é no mercado, a resolver uma série de questões administrativas da empresa”. (RESPONDENTE C1)

Dessa forma, as capacidades dinâmicas se tornam presentes para as empresas que desejam iniciar ou continuar explorando a internacionalização, conforme é abordado a seguir.

Relação entre capacidades dinâmicas e empreendedorismo internacional

Esta seção tem o propósito de investigar a existência de elos entre as capacidades dinâmicas e o empreendedorismo internacional dos empreendimentos analisados. Inicialmente, é analisada a existência das dimensões de EI nas empresas investigadas (ver **Quadro 5**).

Uma das dimensões do EI encontrada é a rede de relacionamentos, que segundo Fraccastoro *et al.* (2021), pode ser considerada como um meio de adquirir informações sobre os mercados estrangeiros e identificar e desenvolver oportunidades nacionais e internacionais. Sobre isso, há o seguinte relato:

“Exploramos nossa carteira nacional para atendimento ao mercado internacional”. (RESPONDENTE B)

Outro ponto importante dentro dessa dimensão, que se destaca nos achados, é a importância do estreitamento de laços e criação de confiança por meio da presença. Nessa perspectiva, Schweizer (2013) enfatiza que a formação e o fortalecimento da confiança fomentam o estabelecimento de uma base propícia para tratar a internacionalização.

A capacidade de propensão à adaptação – encontrada entre as empresas selecionadas – pode ser compreendida como as mudanças no comportamento da empresa para se adequar ao ambiente em que opera (Tayauova, 2011). Nesse sentido, as empresas utilizam instrumentos para se adaptar às exigências do mercado estrangeiro. Tondolo Bitencourt e Tondolo (2008) apresentam a adoção de certificações internacionais como um desses instrumentos, conforme mencionado:

“[...] É essencial você ter isso, inclusive ter certificações internacionais que eu não falei disso, existe essa área de certificação tanto para empresas, quanto para profissionais, quanto essas próprias parcerias que eu citei [...]”. (ENTREVISTA D)

Dessa forma, nota-se que a propensão à adaptação se manifesta nas empresas selecionadas de diferentes formas, seja na adaptação de processos seja no atendimento a necessidades do mercado estrangeiro.

Por último, a dimensão de identificação e exploração de oportunidades que segundo Venkataraman *et al.* (2012) está associada ao ambiente empreendedor. Johanson e Vahlne (2009) argumentam que o processo de internacionalização é resultado direto do empenho investido na busca por oportunidades. Nesse sentido, à medida que se identificam e exploram oportunidades, as características empreendedoras como

coragem, otimismo e iniciativa auxiliam na internacionalização (Vandekerckhove & Dentchev, 2005). Assim, um dos sujeitos sociais da pesquisa expõe a importância desse perfil:

“Tem um ponto que Sílvia fala muito, que é “estratégia é a transformação de aspirações em capacidades” e a aspiração dele é exatamente o porto digital ter uma plataforma global que ainda não tem, então ele quer que a estratégia seja uma plataforma global, ele tem essa aspiração. Isso norteia tudo que a gente faz, no sentido de não desistir nunca, então sempre a gente está querendo evoluir, a gente está querendo novas *features* para plataforma”. (RESPONDENTE C1)

Dessa forma, a exploração de oportunidades pode influenciar a alteração ou formulação de produtos ou serviços e também a formulação de novos produtos ou serviços ofertados.

Ao passo que as CDs e as dimensões do EI podem ser identificados nas empresas selecionadas, passa-se para o exame dos elos entre os construtos (ver **Quadro 6**). A priori, a literatura destaca que a importância do *networking* e das redes de relacionamento para a exploração de oportunidades internacionais (Fracastoro *et al.*, 2021; Johanson & Valhne, 2009; Vandekerckhove & Dentchev, 2005), da mesma forma, as empresas participantes por meio do vínculo com a carteira nacional de clientes, iniciaram o processo de atender clientes internacionais. A forma com a qual o empreendedor se relaciona com a sua rede de contatos influencia diretamente na descoberta de oportunidades. Johanson e Valhne (2009) demonstram que a ausência de redes de contatos no processo de exploração de oportunidades pode ser prejudicada, nomeando essa barreira como “responsabilidade de outsidership”, isto é, a empresa não possui relevância no mercado e isso seria uma dificuldade. O relato a seguir exemplifica:

“[...] Uma das principais dificuldades é o conhecimento porque, por exemplo, nossa empresa tem como cientista chefe Sílvia Meira e Sílvia Meira é uma referência no Brasil, quando você fala de Sílvia Meira no Brasil, todo mundo conhece é uma referência, é aquela coisa. Mas em Portugal? Como é que a gente chegaria? Qual seria o nosso cartão de visita? Para bater na porta de uma empresa e chama, já que Sílvia Meira não é conhecido, é óbvio que depois das primeiras reuniões quando a gente coloca as pessoas já começam a ver as coisas de uma forma diferente, mas para quebrar essa primeira barreira, marcar essa primeira reunião e a gente coloca Sílvia, as pessoas já começam a ver as coisas de uma forma diferente, mas para quebrar essa barreira e

marcar essa primeira reunião e entrar, aí, aqui, tinha um problema”. (RESPONDENTE C1)

Vandekerckhove e Dentchev (2005) relatam que uma rede com alta densidade possui mais eficiência na comunicação e nas expectativas criadas. Dessa forma, nota-se a importância da manutenção das redes, ao partirmos da perspectiva de exploração de oportunidades, um respondente explica:

“[...] É ter a manutenção deste *network*, a manutenção desse trabalho de prospecção. Por meio da rede de contatos que a empresa já tem de clientes locais”. (RESPONDENTE D)

Outra relação encontrada nas empresas analisadas se destaca entre a propensão de adaptação e a capacidade de aprendizagem das empresas. Dimitratos e Plakoyiannaki (2003) argumentam que a aprendizagem se torna importante para o processo de adaptação, ao passo que o conhecimento permite ao empreendimento o acompanhamento das tendências do mercado por meio de normas que garantem o sucesso.

Na mesma ótica de crescimento, Li *et al.* (2018) expõem que adquirir novos conhecimentos e integrá-los aos conhecimentos existentes é como um meio de evolução da empresa, visto que a obtenção de conhecimentos aliada ao processo de adaptação com orientação para o mercado permite à empresa um aprimoramento no processo de internacionalização. Muitas das vezes, o processo de adaptação também está relacionado ao processo de inovação, para atender o mercado, as empresas buscam se adaptar às novas demandas e inovam em seus processos, produtos e rotinas, a inovação pode ser vista como um processo. Alegre *et al.* (2012) defendem que a inovação aliada ao processo de aprendizagem se torna fator potencializador nas exportações, visto que o elo entre a capacidade e a dimensão se tornam fatores importantes para o processo de internacionalização, por proporcionarem aos empreendimentos meios para lidar com as ameaças do país hospedeiro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas empresas selecionadas, a presença das capacidades dinâmicas estavam intrinsecamente relacionadas ao nascimento e solidificação do processo de internacionalização, se atreladas a outros fatores que colaboram com a sobrevivência e geração de vantagem competitiva. No entanto, mesmo com a presença das CDs e dimensões do EI, as manifestações desses se deram de forma diferente alinhadas à literatura acadêmica.

O presente trabalho alcançou seu objetivo ao identificar capacidades dinâmicas nas empresas selecionadas e sua re-

| Dimensões do EI | Empreendimentos | Evidências |
|---|----------------------|---|
| Redes de relacionamento (Dimitratos e Plakoyannaki, 2003; Jafari-Sadeghi e Amoozad Mahdiraji, 2021; Oviatt e Mcdougall, 1994) | Empresas A, C e D | <p>“[...] normalmente, por meio de cliente que já atendemos no Brasil, foi o exemplo que eu citei da Asex, nós atendemos a subsidiária do Brasil e a gente termina indo a outras unidades de outros países, isso é uma forma, outra forma é por meio de contato, nos países onde a gente tem clientes que já atendia no Brasil”. (RESPONDENTE D).</p> <p>“Você tinha o André, que trabalhava no Fundão que lá tem um outro ecossistema de inovação, então assim, estar presente em locais desse tipo ele faz com que você começa a criar redes de Relacionamento, que faz com que um converse com o outro e meio que chegando a locais que você não chegaria batendo na porta e querendo entrar. Então você cria uma rede de relacionamento é [...] muito interessante através desses ecossistemas de inovação”. (ENTREVISTA C1).</p> |
| Propensão à adaptação (Silveira e Alperstedt, 2007) | Empresas A, B, C e D | <p>“Com a exploração do mercado internacional, toda nossa equipe precisou se adaptar um pouco quanto à cultura e formato de trabalho dos nossos clientes”. (RESPONDENTE B).</p> <p>“A gestão precisava ser flexível para conseguir resolver rapidamente necessidades específicas dos clientes”. (RESPONDENTE A).</p> |
| Identificação e exploração de oportunidades (Ahmed e Brennan, 2021; Teece, 2007) | Empresas B, C e D | <p>“Eu colocaria que no nosso caso e de muita empresa brasileira, Portugal é muito bom de se fazer essa experimentação, porque é um país pequenininho. Do tamanho de Pernambuco, tem 10 milhões de habitantes só, geograficamente é do mesmo tamanho, e as coisas aqui funcionam bem tranquilo [...] (RESPONDENTE C2).</p> <p>“Exploramos nossa carteira nacional para atendimento ao mercado internacional.” (RESPONDENTE B).</p> |

Quadro 5. Dimensões do empreendedorismo internacional

Fonte: Os próprios autores

| EI X CD | Relações | Evidências |
|---|---|--|
| Identificação e exploração de oportunidades x capacidade de estabelecer relacionamentos (Ahmed e Brennan, 2021; as Teece, 2007; Tseng e Lee, 2010; Vahlne e Johanson, 2013) | Identificar e explorar oportunidades por meio das redes | <p>“[...] normalmente, por meio de cliente que já atendemos no Brasil, foi o exemplo que eu citei da Asex, nós atendemos a subsidiária do Brasil e a gente termina indo a outras unidades de outros países, isso é uma forma, outra forma é por meio de contato, nos países onde a gente tem clientes que já atendia no Brasil”. (RESPONDENTE D).</p> <p>Estar presente em locais desse tipo faz com que você comece a criar redes de relacionamento, que faz com que um converse com o outro é meio que chegando a locais que você não chegaria batendo na porta e querendo entrar. (RESPONDENTE C1).</p> |
| Propensão à adaptação x capacidade de aprendizagem (Schweizer et al., 2010; Silveira e Alperstedt, 2007; Tseng e Lee, 2010; Vahlne e Johanson, 2013) | A necessidade e a capacidade de se adaptar diante das mudanças do mercado | <p>“Com a exploração do mercado internacional, toda nossa equipe precisou se adaptar um pouco quanto à cultura e formato de trabalho dos nossos clientes”. (RESPONDENTE B).</p> <p>“Total, a gente tem uma velocidade de mudança aqui que poderia ser menor (risadas) chegou algum artigo, alguma coisa a gente já implementa, já muda, pra você ver eu tenho uma pasta aqui com propostas, propostas feitas aos clientes, impressionante como não tem praticamente uma proposta igual a outra, ela vem sempre mudando, evoluindo, porque evolui até nosso próprio entendimento sobre o negócio, não é só a forma de mostrar para o cliente, não. A gente implanta isso internamente e depois expressa isso em propostas, em ações, mas é constante, a mudança é constante.” (RESPONDENTE C1).</p> |

Quadro 6. Relação entre empreendedorismo internacional e capacidades dinâmicas

Fonte: Os próprios autores

lação com o empreendedorismo internacional. Este estudo colabora com a literatura científica ao demonstrar o fenômeno do EI nas empresas de um país de economia emergente. Para além disso, a questão governamental foi um dos achados de relevância nesta pesquisa, no momento em que a importância da escolha do país estrangeiro se torna fator importante para a internacionalização ser bem sucedida no que tange o processo, os incentivos e as amarras criadas pelo governo do país de origem, além de se tornarem cruciais para que os empreendimentos possam considerar a internacionalização como uma opção.

Outrossim, as redes de relacionamento se demonstram como imprescindíveis pelos empreendedores não apenas para romper as barreiras nacionais, mas para explorar o mercado do país hospedeiro e lidar com as mudanças e ameaças do ambiente. Entretanto, ao basearmos a pesquisa na literatura existente, nota-se uma limitação teórica pela ausência de indicar como as redes exercem tais ações.

Por fim, para estudos futuros recomenda-se a investigação sobre os impactos dos aspectos regulatórios das nações de destino e origem na escolha do processo de internacionalização, bem como a maneira como o campo de pesquisa ainda pode evoluir a partir da análise com métodos além dos mais usados, como estudo de caso e revisão bibliográfica.

REFERÊNCIAS

- Ahmed, F.U. & Brennan, L. (2021), 'A review of methodological diversity within the domain of international entrepreneurship', *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 19, no. 2, pp. 256-299.
- Alegre, J., Pla-Barber, J., Chiva, R. & Villar, C. (2012), 'Organizational learning capability, product innovation performance and export intensity', *Technology Analysis & Strategic Management*, vol. 24, no. 5, pp. 511-526.
- Andersson, S. (2000), 'The internationalization of the firm from an entrepreneurial perspective', *International Studies of Management & Organization*, vol. 30, no. 1, pp. 63-92.
- Bardin, L. (2016), *Análise de conteúdo*, 1ª ed, Edições 70, São Paulo.
- Baxter, P. & Jack, S. (2015), 'Qualitative case study methodology: study design and implementation for novice researchers', *The Qualitative Report*, vol. 13, no. 4, pp. 544-559.
- Bhatti, W.A., Larimo, J. & Servais, P. (2020), 'Relationship learning: a conduit for internationalization', *International Business Review*, vol. 29, no. 3, pp. 101694.
- Chakravarty, S., Cumming, D.J., Murtinu, S., Scalera, V.G. & Schwens, C. (2021), 'Exploring the next generation of international entrepreneurship', *Journal of World Business*, vol. 56, no. 5, pp. 101229.
- Coombs, J.E., Sadrieh, F. & Annavarjula, M. (2009), 'Two decades of international entrepreneurship research: what have we learned – where do we go from here?' *International Journal of Entrepreneurship*, vol. 13, no. 1, pp. 23-64.
- Czinkota, MR 1994, Executive insights: a national export assistance policy for new and growing businesses, *Journal of International Marketing*, vol. 2, no. 1, pp. 91-101.
- Di Stefano, G., Peteraf, M. & Verona, G. (2014), 'The organizational drivetrain: a road to integration of dynamic capabilities research', *Academy of Management Perspectives*, vol. 28, no. 4, pp. 307-327
- Dimitratos, P. & Plakoyiannaki, E. (2003), 'Theoretical foundations of international entrepreneurial culture', *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 1, no. 2, pp. 187- 215.
- Dornelas, J.C.A. (2016), *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*, 6ª ed, Atlas, São Paulo.
- Eisenhardt, K.M. & Graebner, M.E. (2007), 'Theory building from cases: opportunities and challenges', *Academy of Management Journal*, vol. 50, no. 1, pp. 25-32.
- Falahat, M., Lee, Y.Y., Soto-Acosta, P. & Ramayah, T. (2021), 'Entrepreneurial, market, learning and networking orientations as determinants of business capability and international performance: the contingent role of government support', *International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 17, no. 4, pp. 1759-1780.
- Limongi França, A.D.S., Maccari, E.A. & Costa, P.R.D. (2019), 'Capacidades dinâmicas e internacionalização da inovação: o caso Siemens Brasil', *Internext*, vol. 14, no. 1, pp. 76-92.
- Friedman, T.L. (2000), *Comprender a globalização: o Lexus e a Oliveira*, 4ª ed, Quetzal Editores, Lisboa.
- Galbraith, C.S. & Stiles, C.H. (2006), 'Disasters and entrepreneurship: A Short Review', *Developmental Entrepreneurship: Adversity, Risk, and Isolation International Research in the Business Disciplines*, vol. 5, no. 1, pp. 147-166.
- Global Entrepreneurship Monitor (2011), *Empreendedorismo no Brasil*, IBQP, Curitiba.
- Global Entrepreneurship Monitor (2019), *Relatório executivo empreendedorismo no Brasil*, IBQP, Curitiba.
- Birkinshaw, J. & Gibson, C. (2004), 'Building an ambidextrous organization', *MIT Sloan management review*, vol. 45, no. 4, pp. 47-55.
- Fraccastoro, S., Gabrielsson, M. & Chetty, S. (2021), 'Social media firm specific advantages as enablers of network embeddedness of international entrepreneurial ventures', *Journal of World Business*, vol. 56, no. 3, pp. 101164.
- Gimenez, F.A.P., Camargo, E.C., Moraes, A.D.L. & Klosowski, F. (2014), *Educação para o empreendedorismo*, Agência de inovação da UFPR, Curitiba.

- Godoy, A.S. (1995), 'Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades', *Revista de Administração de Empresas*, vol. 35, no. 2, pp. 57-63.
- Godoy, A.S. (2005), *Refletindo sobre critérios de qualidade da pesquisa qualitativa*, **GESTÃO.Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, vol. 3, no. 2, pp. 80-89.
- Guerra, R.M.A., Tondolo, V.A.G & Camargo, M.E. (2016), 'What can we (still) learn about dynamic capabilities?', *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, vol. 15, no. 1, pp. 44-64.
- Herrmann, J.D., Sangalli, L.C. & Teece, D.J. (2017), Dynamic capabilities: fostering an innovation-friendly environment in Brazil, *Revista de Administração de Empresas*, vol. 57, no. 3, pp. 283-287.
- Jafari-Sadeghi, V., Amoozad Mahdiraji, H. & Dana, L. (2021), 'Introduction: international entrepreneurship from methodological perspectives', *Empirical International Entrepreneurship*, vol. 1, no. 1, pp. 1-6.
- Johanson, J. & Vahlne, J.E. (1977), 'The internationalization process of the firm—a model of knowledge development and increasing foreign market commitments', *Journal of International Business Studies*, vol. 8, no. 1, pp 23-3.2.
- Keupp, M.M. & Gassmann, O. (2009), 'The Past and the Future of International Entrepreneurship: A Review and Suggestions for Developing the Field', *Journal of Management*, vol. 35, no. 3, pp. 600-633.
- Li, L., Li, D., Goerzen, A. & Shi, W. (2018), 'What and how do SMEs gain by going international? A longitudinal investigation of financial and intellectual resource growth', *Journal of World Business*, vol. 53, no. 6, pp. 817-834.
- Luo, Y. (2000), 'Dynamic capabilities in international expansion', *Journal of World Business*, vol. 35, no. 4, pp. 355-378.
- McKelvie, A. & Davidsson, P. (2009), 'From resource base to dynamic capabilities: an investigation of new firms', *British Journal of Management*, vol. 20, no. 1, pp. S63-S80.
- McDougall, P.P. (1989), 'International versus domestic entrepreneurship: new venture strategic behavior and industry structure', *Journal of Business Venturing*, vol. 4, no. 6, pp. 387-400.
- Miocevic, D. & Morgan, R.E. (2018), 'Operational capabilities and entrepreneurial opportunities in emerging market firms', *International Marketing Review*, vol. 35, no. 2, pp. 320-341.
- Monferrer, D., Blesa, A. & Ripollés, M. (2015), 'Born globals through knowledge-based dynamic capabilities and network market orientation', *BRQ Business Research Quarterly*, vol. 18, no. 1, pp. 18-36.
- Morrow, J.F. (1988), 'International entrepreneurship: A new growth opportunity', *New Management*, vol. 3, no. 5, pp. 59-61.
- Mostafiz, M.I., Sambasivan, M. & Goh, S.K. (2019), 'Impacts of dynamic managerial capability and international opportunity identification on firm performance', *Multinational Business Review*, vol. 27 no. 4, pp. 339-363.
- Mtigwe, B. (2006), 'Theoretical milestones in international business: the journey to international entrepreneurship theory', *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 4, no. 1, pp. 5-25.
- Neves, J.L. (1996), 'Pesquisa qualitativa: características, usos e possibilidades', *Caderno de Pesquisas em Administração*, vol. 1, no. 3, pp. 1-5.
- Oviatt, B.M. & Mcdougall, P.P. (2000), 'International entrepreneurship: the intersection of two paths', *Academy of Management Journal*, vol. 43, no. 5, pp. 902-908.
- Oviatt, B.M. & Mcdougall, P.P. (1994), 'Toward a theory of international new ventures', *Journal of International Business Studies*, vol. 25, no. 1, pp. 45-64, 1994.
- PortoDigital n.d., *Méritos e reconhecimentos*, PortoDigital, Recife, Fortaleza, disponível em: <<https://www.portodigital.org/parque/historia/meritos-e-reconhecimento>> (acesso em: 15 jan. 2022)
- Ribeiro, F.F., Oliveira Junior, M.M. & Borini, F.M. (2012), 'Internacionalização acelerada de empresas de base tecnológica: o caso das Born Globals brasileiras', *Revista de Administração Contemporânea*, vol. 16, pp. 866-888.
- Robert, C.F. & Gordon, H.H. (1997), 'Evidence from Mexico's maquiladoras', *Journal of International Economics*, vol. 42, no. 3-4, pp. 371-393.
- Schweizer, R., Vahlne, J.E. & Johanson, J. (2010), 'Internationalization as an entrepreneurial process', *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 8, no. 4, pp. 343-370.
- Schumpeter, J.Á. (1997), *A teoria do desenvolvimento econômico*, Nova Cultural, São Paulo.
- Steiner, J.E., Cassim, M.B. & Robazzi, A.C. (2008), 'Parques tecnológicos: ambientes de inovação', Instituto de Estudos Avançados, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Tayauova, G. (2011), 'The impact of international entrepreneurial orientation on strategic adaptation', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 24, pp. 571-578.
- Teece, D.J., Pisano, G. & Shuen, A. (1997), 'Dynamic capabilities and strategic management', *Strategic Management Journal*, vol. 18, no. 7, pp. 509-533.
- Teece, D. & Pisano, G. (1994), 'The dynamic capabilities of firms: an introduction', *Industrial and Corporate Change*, vol. 3, no. 3, pp. 537-556.
- Teece, D.J. (2007), 'Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance', *Strategic Management Journal*, vol. 28, no. 13, pp. 1319-1350.

- Teece, D.J. (2014), 'A dynamic capabilities-based entrepreneurial theory of the multinational enterprise', *Journal of International Business Studies*, vol. 45, no. 1, pp. 8-37.
- Triviños, N.A. (1987), *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. Atlas, São Paulo.
- Tseng, C.H. & Lee, R.P. (2010), 'Host environmental uncertainty and equity-based entry mode dilemma: the role of market linking capability', *International Business Review*, vol. 19, no. 4, pp. 407-418.
- Vahlne, J.E. & Jonsson, A. (2017), 'Ambidexterity as a dynamic capability in the globalization of the multinational business enterprise (MBE): Case studies of AB Volvo and IKEA', *International Business Review*, vol. 26, no. 1, pp. 57-70.
- Valentim, I.C.D., de Araújo, J.G., da Silva, L.V.B & Lagioia, U.C.T. (2018), 'Práticas gerenciais e inovação: um estudo em empresas do porto digital do Recife (PE)', *Revista Contemporânea de Contabilidade*, vol. 15, no. 35, pp. 48-68.
- Vandekerckhove, W. & Dentchev, N.A. (2005), 'A network perspective on stakeholder management: facilitating entrepreneurs in the discovery of opportunities', *Journal of Business Ethics*, vol. 60, no. 3, pp. 221-232.
- Venkataraman, S., Sarasvathy, S.D., Dew, N. & Forster, W.R. (2012), 'Reflections on the 2010 AMR decade award: whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial', *Academy of Management Review*, vol. 37, no. 1, pp. 21-33.
- Wang, C.L. & Ahmed, P.K. (2007), 'Dynamic capabilities: a review and research agenda', *International Journal of Management Reviews*, vol. 9, no.1, pp. 31-51.
- Weerawardena, J., Mort, G.S., Liesch, P.W. & Knight, G. (2007), 'Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: a dynamic capabilities perspective', *Journal of World Business*, vol. 42, no.3, pp. 294-306.
- Welch, C.L. & Welch, L.S. (2004), 'Broadening the concept of international entrepreneurship: internationalisation, networks and politics', *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 2, no. 3, pp. 217-237.
- Zahra, S.A. & George, G. (2002), International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda, in Hitt, MA, *Strategic entrepreneurship: creating a new mindset*, Blackwell, Oxford, UK, pp. 253-288.
- Zahra, S.A., Sapienza, H.J. & Davidsson, P. (2006), 'Entrepreneurship and dynamic capabilities: a review, model and research agenda*', *Journal of Management Studies*, vol. 43, no. 4, pp. 917-955.
- Zollo, M. & Winter, S.G. (2002), *Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities*, *Organization Science*, vol. 13, no. 3, pp. 339-351

Recebido: 9 jun. 2022

Aprovado: 8 dez. 2022

DOI: 10.20985/1980-5160.2022.v17n3.1799

Como citar: Silva, J.L.V., Pereira, Y.V., (2022). Capacidades dinâmicas e empreendedorismo internacional no parque tecnológico de Pernambuco: análise de empresas do Porto Digital. *Revista S&G* 17, 3. <https://revistasg.emnuvens.com.br/sg/article/view/1799>.