

## **Vinte Anos de Evolução da Orientação Empreendedora Internacional**

**REYNALDO DANNECKER CUNHA**  
ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM)  
rcunha@espm.br

## **Introdução**

A literatura vem apresentando uma discussão sobre orientação empreendedora internacional (OEI), questionando se este se constitui ou não em um construto independente do de orientação empreendedora, no contexto internacional. Entender de que forma OEI evoluiu nos últimos vinte anos apresenta caminhos para esclarecer e preencher esse gap teórico.

## **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Este estudo tem como objetivo avaliar a evolução do tema orientação empreendedora internacional (OEI). Busca-se entender os conceitos e teorias que suportam a sua construção, bem como avaliar o estado da arte das produções relacionadas, com vistas a sugerir oportunidades de pesquisas futuras na área de Administração.

## **Fundamentação Teórica**

O campo de empreendedorismo internacional passou por rápida evolução, abrangendo diversos temas, inclusive o de orientação empreendedora. Ao incluírem nas discussões de EI a abordagem de OE, alguns autores exploraram OEI como uma aplicação do construto OE a uma realidade internacional, enquanto outros consideraram uma abordagem enfocando por exemplo exportação, mercado e operações internacionais como um construto diferente, ou seja OEI.

## **Metodologia**

Foi realizado um estudo bibliométrico, utilizando um método de mapeamento científico, mais robusto e rigoroso do que o que se tem utilizado para estudos dessa natureza, denominado SciMAT.

## **Análise dos Resultados**

Durante o processo de análise ficou evidente a atenção a empreendedorismo e internacionalização nos artigos selecionados, que aumentaram incrementalmente; quanto ao termo OEI, que foi representado por empreendedorismo internacional, começou a ser explorado como um tema com personalidade própria e não apenas como uma análise de OE no contexto internacional.

## **Conclusão**

Os resultados indicam temas relevantes associados aos estudos de OEI e.g. performance, entrepreneurial orientation, entry mode, innovation, SMEs e international entrepreneurship, que contribuem para um tema ainda em amadurecimento e consolidação.

## **Referências Bibliográficas**

- Covin, J., & Miller, D. (2014). International entrepreneurial orientation: conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 11-44.
- McDougall, P., & Oviatt, B. (2000). International entrepreneurship: the intersection of two research paths. *Academic of Management Journal*, 43(5), 902-906.

## Área temática: empreendedorismo

### Vinte Anos de Evolução da Orientação Empreendedora Internacional

**Resumo:** A literatura vem apresentando uma discussão sobre orientação empreendedora internacional (OEI), questionando se este se constitui ou não em um construto independente do de orientação empreendedora, no contexto internacional. Entender de que forma OEI evolui nos últimos vinte anos apresenta caminhos para esclarecer e preencher esse *gap* teórico. Para tanto, foi realizado um estudo bibliométrico, utilizando um método de mapeamento científico, mais robusto e rigoroso do que o que se tem utilizado para estudos dessa natureza, denominado SciMAT. Os resultados indicam temas relevantes associados aos estudos de OEI e.g. *performance, entrepreneurial orientation, entry mode, innovation, SMEs e international entrepreneurship*, que contribuem para um tema ainda em amadurecimento e consolidação. Como contribuições, são apresentadas diversas teorias e temas que podem ser estudados, em associação com OEI, como modos de entrada, teoria das organizações e teoria de Networks, oferecendo uma avenida de oportunidades para pesquisadores.

**Palavras-chave:** Orientação Empreendedora Internacional; Estudo Bibliométrico; SciMAT

**Abstract:** There is an academic discussion about international entrepreneurial orientation (IEO), questioning whether this is or not an independent construct of entrepreneurial orientation in the international context. To understand how OEI evolves the last twenty years clarifies and fills this theoretical gap. I conducted a bibliometric study using a scientific mapping method (SciMAT), more robust and accurate comparing to previous studies. The results indicate relevant issues associated with the study IEO like performance, entrepreneurial orientation, entry mode, innovation, SMEs and international entrepreneurship, contributing to a theme under a maturing and process of. As contributions I presented various theories and themes that can be studied in combination with IEO, as input modes, organizational theory and theory Networks, offering an avenue of opportunities for researchers.

**Keywords:** International Entrepreneurial Orientation; Bibliometric Analysis; Science Mapping Analysis

## 1. INTRODUÇÃO

Este estudo tem como objetivo avaliar a evolução do tema orientação empreendedora internacional (OEI). Busca-se entender os conceitos e teorias que suportam a sua construção, bem como avaliar o estado da arte das produções relacionadas, com vistas a sugerir oportunidades de pesquisas futuras na área de Administração. As discussões mais recentes sobre o tema assumem posições opostas: de um lado entende-se que OEI representa um construto; de outro, que apenas se trata de um subconstruto de orientação empreendedora (OE) no contexto internacional. Esclarecer essa dicotomia, contribuindo para preencher um *gap*, mostra-se como uma oportunidade de avançar no tema, oferecendo uma abordagem definitiva (Covin & Miller, 2014).

O método escolhido é de um estudo bibliométrico que, conforme Pritchard (1969), que se refere à aplicação de métodos matemáticos e estatísticos a livros e outras formas de comunicação. Nessa direção, identificam-se dois métodos que permitem explorar um campo de pesquisa (Murgado-Armenteros, Guriérrez-Salcedo, Torres-Ruiz, & Cobo, 2015): análise de performance; e

mapeamento científico (Noyons, Moed, & Luwel, 1999). O primeiro é utilizado para avaliar o impacto das citações nas produções envolvidas; o segundo, para a avaliação dinâmica da evolução de um campo de pesquisa por meio de sua estrutura conceitual, social e intelectual. Por se tratar de um campo em evolução, adotou-se o mapeamento por oferecer os recursos necessários para atingir os objetivos desse artigo.

Para entender um tema em processo de consolidação, uma alternativa é análise do estado da arte nas produções, definido pelo Oxford English Dictionary (State-of-the-art, 2015) como: “*the most recent stage in the development of a product, incorporating the newest ideas and features*”, que está alinhado com a origem do termo utilizado por tecnólogos (também referenciada pela edição de 1910 do OED), presente em um manual de engenharia: “*In the present state of the art this is all that can be done*” (Suplee, 1910). No que se refere à análise de pesquisas a respeito de um tema, busca-se um conjunto de produções mais atuais sobre diferentes campos do conhecimento.

A metodologia adotada é capaz de organizar a pesquisa, como a de estudos bibliométricos, contribui para os objetivos desse artigo, por meio do entendimento do processo evolutivo de OEI.

O artigo está organizado em 5 partes: (1) introdução; (2) referencial teórico; (3) procedimentos metodológicos; (4) análise e discussão resultados; e (5) conclusões e contribuições.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

Antes de contemplar o tema-central desse artigo, é importante definir a abordagem adotada nessa análise, partindo do entendimento do que é empreendedorismo, empreendedorismo internacional (EI), para em seguida explorar OEI.

### **2.1. Empreendedorismo local e internacional**

A pesquisa de empreendedorismo pode ser definida como um estudo: (1) das fontes de oportunidades; (2) do processo de descoberta, avaliação e exploração das oportunidades; e (3) do conjunto dos indivíduos que desempenham tais ações (e.g. Shane & Venkataraman, 2000).

Considerando-se o nível de análise do indivíduo, conforme Stevenson e Jarillo (1990), para estudar empreendedorismo deve-se considerar três principais categorias: (a) como as pessoas agem; (b) por que agem; e (c) o que acontece a partir de suas ações. A última categoria está diretamente ligada ao aspecto dos resultados alcançados pelas ações dos empreendedores.

Nesse estudo é adotado a definição que considera o empreendedor não como uma pessoa, mas como uma função: “Aqui o empreendedor é definido como um indivíduo que desenvolve atividades empreendedoras” (Stevenson & Jarillo, 1990, p. 67), definição essa que corrobora a de Schumpeter (Becker & Knudsen, 2009; Schumpeter, 1934).

Hisrich, Peters & Shepherd (2009) aprofundam o conceito definindo empreendedorismo como um processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal (i.e. adicionam uma perspectiva de risco e retorno). Para Baron & Shane (2007) o empreendedorismo compreende também o nível macro, incontável, além do nível do indivíduo, que é responsável por analisar e reagir às variáveis externas.

Em função da abrangência do tema empreendedorismo, uma consequência importante foi adotar o viés internacional, constituindo o campo do empreendedorismo internacional (EI), que vem passando por diversas abordagens e definições desde sua origem, marcada pelo trabalho de McDougall (1989), conforme Tabela 1.

Autores	Abordagem
McDougall (1989)	Comparação entre empreendimentos doméstico e internacional, nomeando e oferecendo uma definição inicial do termo empreendedorismo internacional, que enfoca novos empreendimentos no contexto internacional
Coviello & Munro (1992)	Novos padrões e tempo de internacionalização
Zahra (1993)	Expandiu a definição de EI ao incluir empreendedorismo corporativo e conceituar o processo de EI
McDougall & Oviatt (2000, p. 903)	Posicionam EI na fronteira entre IB e EI, oferecendo uma definição mais ampla: "...uma combinação de um comportamento inovador, proativo e propenso ao risco que cruza as fronteiras nacionais e pretende criar valor nas organizações".
Zahra & Georg (2002, p. 203)	Apresentam nova definição de EI: "...o processo de criativamente descobrir e explorar oportunidades localizadas for a do mercado doméstico da firma, em busca de obter vantagem competitiva."
Oviatt & McDougall (2005, p. 540)	Aprofundam a definição: "Empreendedorismo internacional é a descoberta, estabelecimento, avaliação e exploração de oportunidades - além das fronteiras nacionais – para criar produtos e serviços futuros".
Hambrick & Chen (2008)	Permite identificar que a pesquisa em EI tem um nome, uma posição estabelecida e crescente, em relação a empreendedorismo e IB
Neck & Greene (2011)	Novas fronteiras para ensinar empreendedorismo a partir de perspectivas teóricas ligadas às características de personalidade, ao processo de identificação de oportunidades e processo cognitivo
Jones, Coviello & Tang (2014)	Abordam o campo de estudo a partir de sua origem, processos evolutivos e perspectivas para estudos futuros
McDougall-Covin, Jones, & Serapio (2014)	Estimulam o diálogo EI e outras disciplinas para aperfeiçoar, desenvolver, enriquecer, e abraçar lentes teóricas alternativas e novos problemas à luz de uma abordagem de EI

Tabela 1– Marcos do campo de estudo de EI

A principal conclusão que deriva da reflexão acima é que o campo de EI passou por um rápido processo de aprimoramento, aumento de escopo, rigor metodológico dos estudos que refletiu em uma clara delimitação dos temas que engloba. Por outro lado, a partir dos estudos em relação aos modos de entrada de empresas que buscam empreendimentos internacionais, uma linha de estudo voltou-se ao entendimento das motivações e *drivers* que levam o empreendedor além das fronteiras nacionais. Surgiram então os estudos a respeito de orientação empreendedora internacional.

## 2.2. Orientação Empreendedora Internacional (OEI)

A academia tem vivenciado nos últimos quinze anos, desde a definição de Knight (2001, p. 159), uma ampla discussão buscando entender se este é efetivamente um construto único, ou se é um subconstruto de OE, i.e. aborda a orientação empreendedora no contexto internacional.

Para melhor entender essa discussão será percorrida inicialmente a evolução do tema OE, para então expor algumas conclusões a respeito de OEI.

O conceito de orientação empreendedora foi por muitas vezes tratado sob diferentes olhares, com as seguintes abordagens: orientação, intensidade, estilo, postura, propensão, predisposição e até mesmo empreendedorismo corporativo (Covin & Wales, 2012). Nesse sentido, pode-se observar na Tabela 2 o processo de evolução do conceito.

Atribui-se a Mintzberg (1973) as origens da orientação empreendedora, a partir de sua visão a respeito de tomada de decisão estratégica, que se comporta de modo empreendedor, buscando novas oportunidades em ambientes de incerteza. Khandwalla (1977) avançou no tema, fazendo uma distinção entre gestão empreendedora (i.e. decisão estratégica ousada, arrisca e agressiva) e não-

empreendedora (i.e. cautelosa e que busca estabilidade). Essa abordagem dos autores foi posteriormente contemplada por outros autores (Covin & Slevin, 1988; Lumpkin & Dess, 1996; Morris & Paul, 1987).

Autores	Definições
Mintzberg (1973, p. 45)	“No modo empreendedor, a tomada de decisão estratégica é dominada pela busca ativa de novas oportunidades”, assim como por “avanços críticos em face da incerteza”
Khandwalla (1977, p. 25)	“O estilo empreendedor [de gestão] é caracterizado por uma tomada de decisão ousada, arriscada e agressiva”
Miller & Friesen (1982, p. 5)	“O modelo empreendedor aplica-se a empresas que inovam ousada e regularmente enquanto assumem riscos consideráveis em suas estratégias de produto/mercado”
Miller (1983, p. 771)	“Uma firma empreendedora é aquela que se engaja em inovação de produto/mercado, envolve-se em empreendimentos arriscados e é primeira a desenvolver a inovações ‘proativas’, antes de seus concorrentes”
Morris & Paul (1987, p. 249)	“Uma firma empreendedora é aquela que toma decisão que enfatiza estratégias proativas e inovadoras, que contêm um elemento de risco”
Covin & Slevin (1988)	“Firmas empreendedoras são aquelas nas quais a alta gerência tem estilo de gestão empreendedor, como evidenciado por decisões estratégicas e filosofias de gestão operacional”
Merz & Sauber (1995, p. 554)	“. . . orientação empreendedora é definida como o grau de proatividade (agressividade) da empresa em relação ao produto/mercado escolhido e sua disposição para inovar e criar novas ofertas”
Lumpkin & Dess (1996, p. 136)	“OE refere-se aos processos, práticas e atividades de tomada de decisão que conduzem a um novo mercado” caracterizado por uma ou mais das seguintes dimensões: “propensão para agir de forma autônoma, disposição para inovar e assumir riscos e uma tendência para ser agressiva com os concorrentes e proativa em relação a oportunidades de mercado”
Zahra & Neubaum (1998)	“...é a soma da inovação radical, da ação estratégica proativa e risco assumido por uma empresa, que suportam projetos com resultados incertos”
Voss, Voss, & Moorman (2005, p. 1134)	“...uma disposição da empresa de se engajar em comportamentos que levam a alterações na organização ou mercado”
Avlonitis & Salavou (2007, p. 567)	“...constitui um fenômeno organizacional que reflete a capacidade dinâmica gerencial, por meio da qual empresas embarcam em iniciativas proativas e agressivas para alterar o cenário competitivo para obtenção de vantagem”
Cools & Van den Broeck (2007, p. 27)	“...refere-se à estratégia da alta administração em relação à inovação, proatividade e exposição ao risco”
Pearce, Fritz, & Davis (2010, p. 219)	“...é um conjunto de comportamentos distintos, mas correlacionados, que têm as qualidades de inovação, proatividade, agressividade competitiva, exposição ao risco e autonomia”
Covin & Lumpkin (2011)	“...as definições unidimensional e multidimensional de OE são construtos fundamentalmente diferentes que exigem definições distintas e modelos de mensuração”

Tabela 2 – Evolução nas definições de OE

Miller (1983) apresenta uma definição que inclui inovação, exposição ao risco e proatividade, que foi complementado por Covin & Slevin (1988). A escala resultante tem sido amplamente utilizada por vários pesquisadores, para medir o construto OE, ao nível da firma, por meio de três

fatores mencionadas (Voss, Voss, & Moorman, 2005; Zahra & Neubaum, 1998). Cabe ressaltar que esse é um modelo unidimensional porque, na visão de Miller (1983), para ser empreendedora uma empresa deve reunir ao menos algum grau de cada um dos fatores simultaneamente.

Em busca de entendimento sobre o tema, Lumpkin & Dess (1996) propuseram um modelo multidimensional que inclui, além das três dimensões do modelo anterior, duas variáveis comportamentais: agressividade competitiva e autonomia. No entendimento dos autores, as dimensões podem se combinar de forma diferente, sem a necessidade de que se manifestem ao mesmo tempo em uma empresa, porque depende do ambiente externo e da estrutura interna. As discussões sobre qual o modelo mais adequado para medir OE permanece, com vários autores que defendem o uso do modelo unidimensional (e.g. Freeman & Cavusgil, 2007), e outros que favorecem o uso do multidimensional (e.g. Sundqvist, Kylaheiko, Kuivalainen, & Cadogan, 2012); até então, o primeiro mostrou-se dominante da academia (Covin & Miller, 2014). Apesar dessa tendência, Covin & Lumpkin (2011) esclarecem que se tratam de abordagens diferentes e independentes, e não devem ser tratados como rivais.

Como mencionado no item 2.2 o campo de empreendedorismo internacional passou por rápida evolução, abrangendo diversos temas, inclusive o de orientação empreendedora. Ao incluírem nas discussões de EI a abordagem de OE, alguns autores exploraram OEI como uma aplicação do construto OE a uma realidade internacional (Dimitratos, Plakoyiannaki, Pitsoulaki, & Tuselmann, 2010; Knight, 2001), enquanto outros consideraram uma abordagem enfocando por exemplo exportação, mercado e operações internacionais como um construto diferente, ou seja OEI (Knight & Cavusgil, 2004; Kuivalainen, Sundqvist, & Servais, 2007; Zhou, 2007). Nessa direção surgiram estudos que discutiram a natureza da orientação empreendedora internacional buscando entender se esse é um novo construto, diferente de OE, ou apenas uma abordagem do último à luz do contexto internacional (Covin & Miller, 2014). A despeito dessa discussão, OEI vem assumindo uma posição importante na literatura, mesmo que mais recente, por meio de vários estudos que buscaram definir o construto, como apresentado na Tabela 3. Três pontos se destacam nessa análise evolutiva: (1) é uma abordagem ao nível da firma (i.e. o indivíduo é tratado como uma função empreendedora); (2) os autores utilizam os mesmos modelos (uni ou multidimensional) para avaliar os empreendimentos internacionais, especificamente incluindo termos nas questões de referência (e.g. exportação, negócios ou mercados internacionais e performance internacional); (3) a busca por oportunidades em mercados além fronteiras norteia os estudos sobre OEI.

Autores	Definições
Knight (2001, p. 159)	“...reflete a proatividade e agressividade da firma na busca de mercados internacionais”
Knight & Cavusgil (2004, p. 129)	“...busca de mercados internacionais (...) associada à capacidade de inovação, visão gerencial e postura competitiva proativa”
Jones & Coviello (2005, p. 285)	“...é o conjunto de atributos que comumente auxiliam na superação de obstáculos ao processo de internacionalização”
Freeman & Cavusgil (2007, p. 3), 2007, p. 3)	“...refere-se aos elementos ligados à orientação global e que capturam a propensão da gestão a assunção de risco, capacidade de inovar e proatividade”
Sundqvist, Kylaheiko & Kuivalainen (2012, p. 205)	“...comportamento de criação de valor, que se manifesta como método proativo e inovativo, atividade de exposição ao risco, ações autônomas, e ênfase na superação da concorrência, com o objetivo de descobrir, participar, avaliar e explorar oportunidades além da fronteira nacional”
Covin & Miller (2014, p. 13)	“Apesar de ‘internacional’, é simplesmente um contexto no qual o fenômeno de OE é explorado”

Tabela 3 – Evolução de definições sobre OEI

Este artigo não tem como objetivo assumir uma posição definitiva em relação a quaisquer das duas abordagens, nem mesmo apontar aquela mais adequada. Por outro lado, observar a evolução de OEI, a partir das publicações sobre o tema pode mostrar uma tendência desse comportamento.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesse estudo a unidade de análise é a produção de científica sobre OEI, identificada em *journals* com alto fator de impacto e reconhecidos como importantes pelos pesquisadores do tema. Por meio de uma lista de periódicos em língua inglesa, que foi validada externamente com pesquisadores das áreas de international business e empreendedorismo, avaliou-se um período que reflete os 20 últimos anos (1996 a 2015<sup>1</sup>) de produção. Aqui merece referência o fato de que as pesquisas foram delimitadas em intervalo maior, desde 1945, mas o primeiro artigo identificado foi somente em 1996.

Os artigos foram selecionados por meio da plataforma Web of Science (WOS), com uma busca utilizando lógica Booleana das palavras-chave *international AND entrepreneur\* AND orientation*. Em seguida, realizou-se um processo de refinamento da base de artigos selecionados: (1) exclusão de quaisquer outros tipos de publicação que não fosse em *journals*; (2) restringindo categorias temáticas do WOS às seguintes: *business; multidisciplinary sciences; management; economics; planning development*; ou *social sciences interdisciplinary*; (3) verificação se os artigos mantidos após fase anterior tratavam do tema central aqui estudado ou de temas correlatos. Na amostra resultante, verificou-se o número de citações por artigo, também por meio do WOS, com objetivo de elaborar uma curva ABC. Esses artigos, em seguida, foram classificados a partir do seu fator de impacto (FI). Para organizar a análise, utilizou-se das seguintes categorias recomendadas: ano; periódico; estado e instituição de origem do(s) autor(es); visando identificar evolução dos número de produções no tempo e possível tendência em relação à origem geográfica e, ou da universidade (Araújo, 2002). Foram contempladas também outras categorias identificadas: autores mais citados, autores mais produtivos, origem da literatura e dos autores, procedência institucional, elite da pesquisa, frente de pesquisa, ano, tipo de periódico, fator de impacto, usuários de uma disciplina, padrões de colaboração entre autores, citação e cocitação, aspectos estatísticos da linguagem, das palavras e das frases e áreas e temas (Teixeira, Iwamoto, & Medeiros, 2013). Ao agrupar os artigos conforme categorias evidenciadas e explorar de modo mais amplo as possíveis relações existentes, consideraram-se as categorias disponíveis no SciMAT para a elaboração de um mapeamento científico. Dessa forma, é possível realizar comparações entre os resultados com categorias mais consistentes evidenciadas por uma metodologia mais ampla e pouco utilizada conjuntamente (Samiee & Chabowski, 2012).

### 4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados dos dados são apresentados na seguinte ordem: (1) *journals*; (2) autores; (3) índices de qualidade; e (4) estrutura do campo OEI.

#### 4.1. Journals Relevantes sobre OEI

O *journals* que mais se destacam no tratamento do tema OEI têm como foco de análise central negócios internacionais (IB); em seguida destacam-se aqueles dedicados a pequenas empresas, gestão, marketing e especificamente ao assunto empreendedorismo.

Os 157 artigos identificados foram publicados em 59 periódicos diferentes; observou-se uma concentração entre os dez primeiros periódicos, que representaram mais de 70% dos artigos publicados entre 1996 e 2015, como apresentado na Tabela 4.

---

<sup>1</sup> Até a presente data (30 de setembro de 2015).

Periódicos	Reg.	%	FI
International Business Review	17	10,8%	1,18
Journal of World Business	10	6,4%	2,38
International Marketing Review	9	5,7%	1,87
Journal of International Business Studies	7	4,5%	3,56
Journal of Business Venturing	6	3,8%	3,67
European Journal of International Management	6	3,8%	0,47
Technovation	5	3,2%	2,52
Small Business Economics	5	3,2%	1,79
Journal of International Marketing	5	3,2%	2,00
Total	157	100,0%	

Legenda: Reg. = Registros (número de artigos publicados); FI = Fator de Impacto

Tabela 4 - Análise dos vinte principais periódicos com publicação sobre OEI entre 1996 e 2015

O periódico de maior FI, dos vinte selecionados, foi o Journal of Business Venturing (JBV), com 3,67; e o de menor FI foi o Canadian Journal of Administrative Sciences, com apenas 0,44.

Quando a classificação se refere ao número de artigos publicados, o International Business Review [veículo oficial da European International Business Academy] (IBR) apresentou dezessete, seguido pelo Journal of World Business (JWB) e International Marketing Review (IMR), com dez e nove artigos respectivamente.

A distribuição das publicações no tempo mostra uma tendência positiva no número de artigos publicados no período avaliado, especialmente a partir de 2011, com destaque para o ápice atingido em 2014, com trinta publicações (19,1% do total), como apresentado na Figura 1, com uma média de crescimento anual de 24% entre os vinte anos considerados.

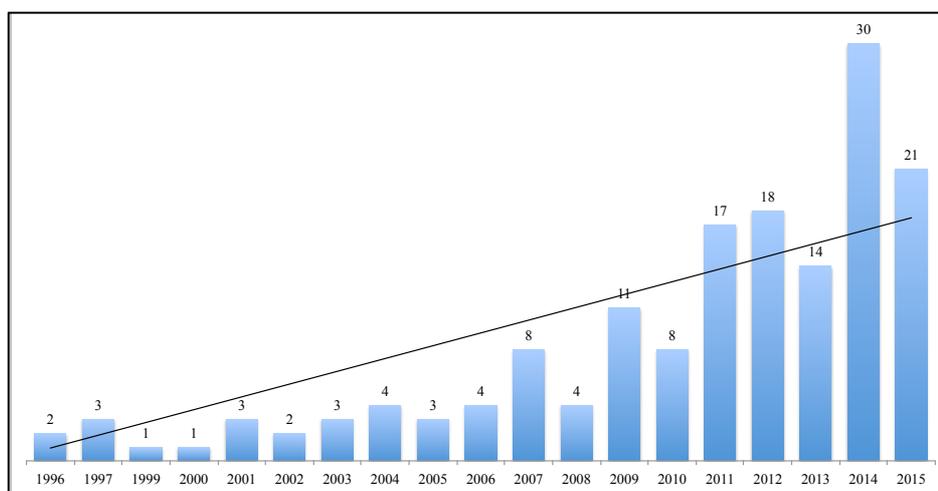


Figura 1 - Publicações sobre OEI por ano (1994 a 2014)

Para permitir uma análise comparativa, consideram-se quatro períodos de agrupamento, que foram tratados por meio do SciMAT. Houve evolução de 71,4% entre o período P1 (1996 a 2000 - 7 publicações), para o período P2 (2001 a 2005 - 12 artigos); a partir do terceiro período (P3: 2006 a 2010) há um crescimento de quase 192%, alcançado 35 publicações; o P4 (2011 a 2015) mostra uma consolidação da tendência resultando em 100 artigos publicados (um incremento de quase 186%).

#### 4.2. Autores Relevantes sobre OEI

Há 331 autores participantes da amostra analisada, o que implica na presença de coautorias, sendo que quase 85% dos autores publicaram somente um artigo e 10% participaram de dois

artigos. Os cinco autores com mais publicações sobre o tema são Pavlov Dimitratos (8 artigos) e Sanna Sundqvist, Olli Kuivalainen, Dirk De Clercq e S. Tamer Cavusgil com quatro artigos cada. A maior parte dos autores tem como origem indicada nos artigos os Estados Unidos (cerca de 31%), seguidos por Inglaterra (15,9%) e Espanha (13,4%). Um provável motivo para a concentração nos EUA e Inglaterra refere-se às instituições de origem, e pelo fato do recorte envolver somente artigos publicados na língua inglesa. Um destaque negativo é a ausência de autores do Brasil nessa amostra.

Os autores envolvidos estão ligados a alguma das 250 instituições identificadas. A Lappeenranta University of Technology e Aalto University (ambas da Finlândia) participaram com 7 artigos cada, seguidas por Universidad de Sevilla e University of Glasgow com 6 artigos cada; portanto, um destaque para o interesse da Europa em relação ao tema (Tabela 5).

Instituições	Reg.	%	Instituições	Reg.	%
Lappeenranta Univ Technol	7	4,5%	Brock Univ	3	1,9%
Aalto Univ	7	4,5%	Univ Warwick	3	1,9%
Univ Seville	6	3,8%	Univ Valencia	3	1,9%
Univ Glasgow	6	3,8%	Univ Texas Arlington	3	1,9%
Univ Loughborough	5	3,2%	Univ Strathclyde	3	1,9%
Univ Vaasa	4	2,5%	Univ Pablo de Olavide	3	1,9%
Univ Turku	4	2,5%	Univ Nottingham	3	1,9%
Univ Jaume I	4	2,5%	Univ Minnesota	3	1,9%
Athens Univ Econ Business	4	2,5%	Univ London	3	1,9%

Legenda: Reg. = Registros (número de artigos publicados)

Tabela 5 - Instituições de origem dos autores de OEI

### 4.3. Índices Relevantes

O total de citações no período analisado foi de 2.596, com uma média de 16,5 por artigo. Os dez artigos principais com o *h-index* foi de 27 estão destacados na Tabela 6.

Titulos	Autores	Per.	Cit.
Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm	Knight, GA; Cavusgil, ST	JIBS	384
Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth	Ireland, RD; Hitt, MA; Camp, SM; Sexton, DL	AME	151
Cross-cultural reliability and validity of a scale to measure firm entrepreneurial orientation	Knight, GA	JBV	116
Generation cohorts and personal values	Egri, CP; Ralston, DA	OS	109
Individualism, collectivism and entrepreneurship	Tiessen, JH	JBV	95
Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance	Kuivalainen, O; Sundqvist, S; Servais, P	JWB	75
The drivers of the early internationalization of the firm	Zucchella, A; Palamara, G.; Denicolai, S.	JWB	69
The export orientation and export performance of high-technology SMEs in emerging markets	Filatotchev, I; Liu, X; Buck, T; Wright, M	JIBS	65
Antecedents of international and domestic learning effort	Sapienza, HJ; De Clercq, D; Sandberg, WR	JBV	64
Institutional legacies and firm dynamics: The growth and internationalization of UK and German law firms	Morgan, G; Quack, S	OST	62

Legenda: Per. = periódicos; Cit. = citações

Tabela 6 – Análise de citações

O artigo mais citado foi “Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm”, com 384 citações, publicado no Journal of International Business Studies em 2004, e tem como tema o papel crítico da cultura de inovação, conhecimento e capacidades dinâmicas de empresas

empreendedoras, que se internacionalizam como born-global; os autores são Gary Knight e S. Tamer Cavusgil. O segundo foi “Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth”, publicado em 2001 no Academy of Management Academy; trata como empresas empreendedoras, por meio de atividades de inovação, redes, internacionalização, aprendizagem, gestão e governança para promover crescimento sustentável; os autores são Duane Ireland, Michael Hitt, Michael Camp, e Donald Sexton. O terceiro, com 116 citações, foi “Cross-cultural reliability and validity of a scale to measure firm entrepreneurial orientation”, também escrito por Gary Knight, e foi publicado no Journal of Business Venturing em 1997. Essas reflexões indicam que os três artigos mais citados representam a frente de pesquisa no tema OEI (conforme recorte aplicado no WOS); e quanto à elite de pesquisa, com base na amostra considerada, há 16 autores que são os principais representantes do tema estudado.

#### 4.4. Estrutura conceitual do campo de OEI

Como identificado, o termo OEI, como um construto independente, surgiu mais recentemente na literatura. Para este estudo, apesar da busca pelas produções ter sido a partir de 1945, a amostra apontou artigos somente a partir de 1996. Após a coleta do material, por meio do WOS e importação pelo SciMAT, vários termos que surgiram, associados ao tema-central, foram agrupados para simplificar o processo analítico, e purificados para evitar duplicidade, como recomendado por Cobo et al. (2012). Termos com pouca aderência ou baixa frequência foram excluídos. O mesmo processo foi aplicado aos periódicos e aos autores, durante o pré-processamento.

Os dados foram agrupados em quatro períodos para permitir comparação (P1: 1996 a 2000; P2: 2001 a 2004; P3: 2005 a 2009; P4: 2010 a 2014). Na sequência conduziu-se uma etapa de normalização dos dados (filtro para manter os itens mais representativos) com o objetivo de identificar similaridades entre os termos selecionados, e permitir quantificação da importância, impacto e qualidade dos diferentes elementos do mapa e da rede. Seguiu-se a esta, uma etapa de construção de mapas, por meio de clusterização, para análise dos achados por meio de gráficos.

O primeiro gráfico, de índice de estabilidade entre os períodos, (Figura 2) apresenta uma análise longitudinal e refere-se ao índice de estabilidade entre os períodos considerados, ou seja, o quão homogêneo os termos utilizados são em cada *cluster*. Observa-se que o índice aumentou progressivamente do primeiro ao terceiro período e manteve-se estável entre P3 e P4, o que indica uma maior consistência entre os temas pesquisados. Os itens, representados por círculos, estão sobrepostos nos quatro diferentes períodos e associados a cada um deles, a unidade de análise (palavra). No P1 surgiram 12 termos, sendo que 11 deles foram compartilhados com o P2 (indicado na seta horizontal); a seta inclinada à direita e acima representa termos que estavam presentes em um período, mas deixaram de existir no seguinte; a seta inclinada para baixo indica palavras novas incorporadas aos períodos. Entre P1 e P2 um termo deixou de ser utilizado, e nove novos foram incluídos; do P2 para o P3 nenhum termo deixou de ser tratado, mas houve inclusão de sete novos, totalizando vinte e sete; entre dois últimos períodos o cenário manteve-se o mesmo.

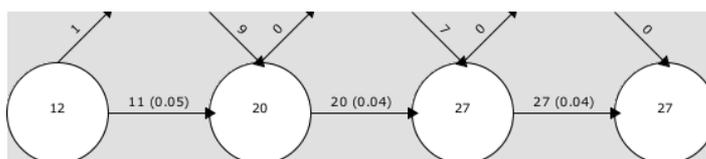


Figura 2- Gráfico de índice de estabilidade entre os períodos

O comportamento histórico dos termos associados aos estudos sobre OEI, partem de doze e chegam a vinte e sete. Os seis principais que sobressaem, em função de sua presença mais frequente

nas publicações, são: *performance*, *entrepreneurial orientation*, *entry mode*, *innovation*, *SMEs* e *international entrepreneurship*.

O tema *performance* apresentou uma evolução constante, mencionado em artigos nos quatro períodos, com destaque no P4; *entrepreneurial orientation* apresentou o mesmo comportamento; *entry mode* (que agrupa diversos modos de entrada, com investimento direto estrangeiro, como abertura de subsidiárias e *joint-venture*, mas exclui exportação, porque esse tema teve um volume de menções que justificou sua separação) surgiu apenas no P2 e evoluiu de modo constante até P4; *innovation* teve comportamento similar aos dois primeiros itens, mas com menor representatividade; *SMEs* surgiu como tema de interesse a partir do P2, e mostrou constância no processo evolutivo; *international entrepreneurship* iniciaram sua trajetória a partir de 2006 (P3).

#### 4.4.1. Avaliação dos *clusters* de OEI

Por meio de diagramas estratégicos, gerados pelo SciMAT, foi possível avaliar o comportamento dos *clusters* em cada período. Os temas mais frequentes foram identificados, em função da presença em publicações, número de citações e *h-index* (HI). Esses gráficos foram construídos em função dos índices de centralidade e densidade de Callon (Callon, Courtial, & Laville, 1991). Centralidade mede o grau de interação de uma rede com outras e indica a coesão externa da rede; densidade mede a força interna da rede e pode ser entendida como a coesão interna da rede (Cobo, et al., 2012). Como referência, cada gráfico apresenta quatro quadrantes: (1) agrupamentos com altas centralidade e densidade são denominados *clusters* motor; (2) aqueles com alta centralidade e baixa densidade são chamados *clusters* básico e transversal; (3) os que apresentam alta densidade e baixa centralidade são caracterizados como *clusters* altamente desenvolvido e isolado; (4) e os com baixas densidade e centralidade são os *clusters* emergentes ou em declínio. As discussões que se seguem enfocam os seis temas identificados com maior evolução, mencionados anteriormente.

No P1 (1996 a 2000), os temas-motor com mais destaque foram *performance* e *developed markets* (como identificado na Figura 3) que apresentaram HI de 4 e 3, e foram citados 68 e 42 vezes respectivamente (conforme Tabela 7); *innovation* posicionou-se entre os *clusters* altamente desenvolvidos e isolados, mas com tendência para tornar-se motor no período subsequente, teve HI de 2 e foi citado 61 vezes. Nos demais *clusters* nenhum dos termos selecionados foi relevante; por outro lado, *strategic orientation* mereceu destaque em função do número de citações, que foi de 116, a maior do primeiro período. De modo geral, o foco dos pesquisadores, nesse período, concentrou-se em estudos realizados no contexto de mercados desenvolvidos, voltados ao entendimento do desempenho resultante do empreendimento, com relevância também para o papel da inovação.

O período 2 (2001 a 2005) apontou uma tendência de assuntos ligados a desempenho e capacidade para internacionalização; o tema motor foi *performance* (presente em sete artigos, com HI de 7 e 101 citações), como apresentado na Tabela 7; a este juntaram-se os termos *innovation* (em 4 publicações, HI = 4 e citado em 144 artigos), e *entry mode* (presente em um estudo e HI = 1, mas que se destacou com 224 citações). Em relação às palavras mais citadas, duas não estavam no grupo selecionado mas se destacaram com 384 menções cada: RBV e *dynamic capabilities*, conforme Figura 4.

Uma visão do comportamento do segundo período aponta uma crescente tendência a entender a performance obtida (inclusive com performance de exportação surgindo como tema desenvolvido/isolado); orientação estratégica passando a se ligar mais ao tema central deste estudo, tornando-se parte de cluster básico; começa a despontar o interesse em estudos no nível da firma (com empresas de médio e pequeno portes [SMEs] surgindo pela primeira vez) e no âmbito de mercados emergentes.

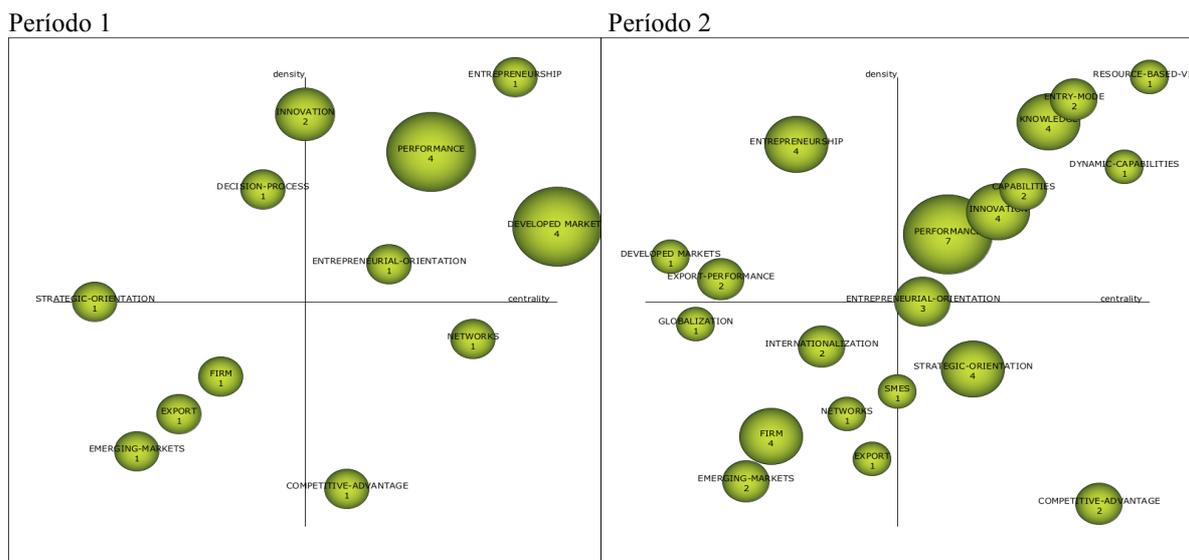


Figura 3 - Mapa estratégico de artigos por tema dos períodos 1 e 2

Entre 2006 e 2010 houve uma dispersão dos assuntos (observado na Figura 4), que deixaram de se concentrar entre os *clusters* motores, perderam densidade, com diminuição da coesão interna da rede. Dessa forma, nenhum dos seis temas principais selecionados ocupou papel central, mantendo-se apenas RBV, presente em sete artigos, com HI de 6 e citação em 24 artigos (Tabela 7). OE e *performance* migraram, passando a atuar entre os *clusters* básicos e transversais; os resultados de cada palavra foram, respectivamente, presença em 24 e 19 artigos, HI de 15 e 19, e citações por 25 e 21 outras publicações; nesse período a preocupação com SMEs torna-se mais evidente.

Tema/Período	1996 - 2000			2001 - 2005			2006 - 2010			2011 - 2015		
	NP	HI	MC	NP	HI	MC	NP	HI	MC	NP	HI	MC
Performance	4	4	68	7	7	101				69	9	4
Developed markets	4	3	42									
Entrepreneurial orientation	1	1	34									
Innovation				4	4	144				37	7	3
Entry mode				1	2	224				39	7	3
RBV							7	6	24			
Entrepreneurial orientation				3	3	49	24	15	25	60	8	3
Performance							19	19	21			
SMEs							7	7	34	37	6	2
Strategic orientation				4	4	125						
Innovation	2	2	61				8	7	28			
Developed markets							3	3	25	7	2	2
Entry mode							11	9	27			
Entrepreneurship				4	4	45				34	9	5
Strategic orientation	1	1	116									
Firm				4	4	53	15	11	30	21	4	2

Legenda: NP = número de publicações; HI = h-index; MC = média de citações

Tabela 7 – Resultados do mapa estratégico por período

Entre os grupos isolados e desenvolvidos três termos se destacaram: *innovation* foi o único tema dos previamente selecionados (presente em 8 artigos, com HI de 7 e citado 28 vezes); *developed markets* (3 publicações, HI = 3 e citação em 25 artigos); *entry mode* apresentou o desempenho mais

relevante, presente em 11 publicações, HI = 9 e com 27 citações. Entre os *clusters* emergentes, as análises no nível da empresa se consolidaram, com o termo *firm* presente em 15 publicações (HI de 11 e 30 citações). No que tange ao tema central deste estudo, empreendedorismo internacional surge pela primeira vez em 8 publicações, mas ainda superado por orientação empreendedora (24 artigos). Observando-se o HI de todos os temas tratados, os que mais sobressaíram foram orientação empreendedora e performance, seguidos por *knowledge*, *firm* e *entrepreneurship* (cada um com índice 11); em relação às citações, artigos que trataram de exportação tiveram destaque (65 vezes).

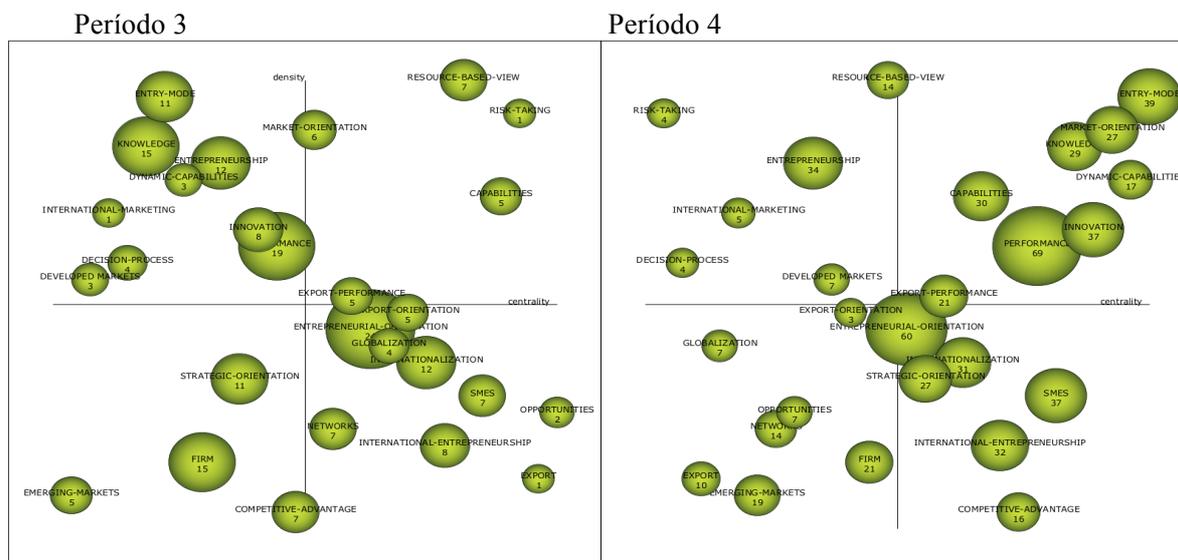


Figura 4 - Mapa estratégico de artigos por tema dos períodos 3 e 4

Durante o processo de análise ficou evidente a atenção a empreendedorismo e internacionalização nos artigos selecionados, que aumentaram incrementalmente; quanto ao termo OEI, que foi representado por empreendedorismo internacional, começou a ser explorado como um tema com personalidade própria e não apenas como uma análise de OE no contexto internacional.

## 5. Considerações Finais

A discussão a respeito da evolução do tema orientação empreendedora internacional (OEI) buscou contribuir com a academia indicando uma direção para o tema, mas sem esgotar a reflexão sobre a unicidade ou não deste como um construto. Essa avaliação também identificou a evolução estrutural do tema, a partir de temas correlacionados. Há evidências de que esse é um tema em consolidação, o que suscita diferentes abordagens e reflexões, apresentando um terreno fértil para novos estudos e interpretações do campo de pesquisa.

Entre as possíveis abordagens, o campo da estratégia internacional, relacionado aos modos de entrada, ainda gera interesse da academia, seja por meio dos *non-equity modes* (i.e. exportação e acordos contratuais) ou *equity modes* (i.e. joint ventures e *ownership*) (Pan & Tse, 2000), para entender de que forma o empreendedorismo internacional se comporta de forma comparativa entre esses modos. Exportação e orientação empreendedora foram dois termos que surgiram neste estudo, mas os demais foram citados poucas vezes.

No campo de IB, entre as teorias com abordagem econômica, RBV sobressaiu e, em contraposição, a perspectiva baseada em capacidades dinâmicas que, conforme Covin & Miller (2014), vem dominando as produções literárias com enfoque estratégico; por outro lado, na abordagem comportamental apenas a teoria de Networks e Empreendedorismo Internacional

apresentaram relevância na amostra utilizada. Portanto, abrem-se várias alternativas para rever o processo de internacionalização sob a ótica da OEI, utilizando-se de diferentes referenciais teóricos.

A preocupação com a internacionalização, juntamente com globalização, como identificado na amostra, intensifica-se a partir de 2001. Esse fenômeno, a partir de 1980 até o início desta década tem como *drivers* principais: (a) os expressivos avanços nas tecnologias de informação, comunicações, manufatura e consulta; (b) a privatização de empresas estatais em países em transição; (c) notável crescimento econômico nos mercados emergentes (Cavusgil, Knight, & Riesenberger, 2010).

Nesse contexto, entender de que forma as empresas se internacionalizam e quais os resultados obtidos tem sido foco de diversos estudos. Especialmente em relação ao tema central deste estudo, a performance é debatida na maioria dos artigos identificados. Para medir o desempenho, a partir da inovação, propensão ao risco e proatividade, a escala de Miller e Covin & Slevin tem sido a mais frequentemente utilizada nos estudos de OEI (Rauch, Wiklund, Lumpkin, & Frese, 2009). Esse fato ilumina abordagens alternativas, de caráter multidimensional, que merecem ser mais estudadas e até mesmo comparadas em termos dos possíveis achados. Avançado nessa perspectiva, o estudo de oportunidades (e.g. estado de alerta, busca por, e identificação de) também mostra-se muito relevante para OEI, como este estudo identificou a partir de 2006.

Considerando-se que o indivíduo foi tratado como função empreendedora dentro de uma empresa, o uso de teoria das organizações (TO) pode servir de base para estudos mais aprofundados. Primeiramente pode-se considerar a própria longevidade da empresa, ou seja, a forma como a organização interna e o mundo externo afetam a sobrevivência das organizações (Fligstein, 2001).

Em segundo, do ponto de vista interno, avaliar os resultados de internacionalização de empreendedores, à luz de teorias de Weber e de Foucault (Clegg, Hardy, & Nord, 1999), comparando uma abordagem de empresa fechada, com forte dominação burocrática, e reflexos nos indivíduos, com uma ligada a ideias de como se dá uma atividade fora do confinamento das empresas e de como os indivíduos se comportam em empresas mais abertas, mostra-se como relevante.

Uma terceira alternativa seria um resgate às teorias e conceitos de Schumpeter, que reside por exemplo, na utilização de uma abordagem baseada nas tipologias dos empreendedores (Schumpeter, 1926), que se perdeu com a nova edição traduzida de 1934 (Becker & Knudsen, 2009), também pode ser comparada com gestores/empresários atuais. O tipo “proprietário e comerciante” pode ser identificado tipicamente em empresas familiares, com um perfil mais avesso ao risco; o “capitão da indústria” é representado por gestores, funcionários, principalmente altos executivos que definem os destinos das empresas ao combinar os recursos disponíveis e, ou ao criar (ou não) um ambiente favorável ao empreendedorismo; o “gerente que realiza a função” mostra-se capaz de implantar mudanças, alinhadas com os objetivos da companhia, dos “capitães” e dos investidores; e o “fundador” é talvez a forma mais pura de empreendedor, aquele que se arrisca, que inicia novos negócios, que combina recursos de forma a romper com um fluxo circular.

Outra possibilidade reside em compreender por que empresas com OEI nem sempre obtêm o sucesso esperado, muitas vezes em função de resistência interna. Para estudos sobre SMEs, que se tornou um *mainstream* mais recentemente, pode-se recorrer às tipologias e motivações dos empreendedores, para tentar entender melhor de que forma esse tipo de empresa se comporta no mercado, como aproveita ou cria as oportunidades e as razões para o sucesso e fracasso. Entender o papel das oligarquias, a partir de dimensões explicitadas por Michels (1962): (1) concentração de poder de decisão em grupos limitados; (2) entrincheiramento de grupos de liderança buscando estabilidade; grau de isolamento dos líderes em relação ao conselho ou, em última análise, em relação aos acionistas, com uma abordagem mais flexível (Tolbert & Hiatt, 2009), permitiram

identificar níveis de oligarquização e verificar se existe alguma relação causal entre perfis identificados em empresas e sua performance internacional.

Os desafios impostos às lideranças, com base na interrelação de aspectos técnicos (i.e. racionalidade e eficiência organizacional) e institucionais (i.e. aspectos políticos, culturais e apoiado em valores da vida organizacional) (Selznick, 2011), da qual derivam tensões, pode revitalizar o entendimento do campo a respeito dos impactos na OEI.

Por fim, a teoria da contingência estrutural, que enfatiza o caráter adaptativo das organizações ao seu ambiente contingencial (Lawrence & Lorsch, 1967), partindo portanto das premissas do funcionalismo adaptativo, pode explicar porque algumas empresas se adaptam, como se adaptam e com que velocidade, ao ambiente. Por outro lado, a teoria institucional que destaca como a pressão do ambiente e da concorrência leva empresas a se ajustarem em busca de um melhor resultado, podendo levar a um mimetismo, pode contribuir no entendimento de por que alguns arranjos produtivos locais (APLs) se destacam mais no processo de internacionalização do que outros, inclusive com OEI similarmente adotada entre as companhias.

Além dos temas de pesquisa sugeridos, as análises dos periódicos selecionados apresentaram oportunidades de publicação para pesquisadores com interesse em torno do campo de OEI, especialmente para brasileiros. Entre os três *journals* com maior número de artigos publicados sobre o tema, com base na amostra selecionada, *International Business Review* e *Journal of World Business* possuem classificação A1 pelo critério da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES); entretanto, o *International Marketing Review*, com FI de 1,87, superior ao primeiro periódico, ainda não possui classificação nacional, em função da não publicação por pesquisadores do Brasil. Observando os *journals* em função dos três com maior FI, *Journal of Business Venturing* (índice de 3,67), também não tem classificação pela CAPES; mas o *JIBS* e o *ETP* ambos são considerados de nível A1 no país. Entre as publicações regulares, as edições especiais (*special issues*) oferecem a chance para estudo que enfocam temas específicos e podem passar por um processo mais ágil em função da aderência (sem descuidar da qualidade e rigor necessários).

As instituições mais destacadas foram indicadas neste estudo, o que permite aos pesquisadores direcionarem seus focos de pesquisa, intercâmbio e aperfeiçoamento internacional.

Reconhecendo limitações inerentes a este estudo, os leitores devem atentar ao fato de que o WOS foi a fonte principal para coleta dos artigos, o que pode ter excluído outros artigos da análise, em função dos critérios para indexação dessa plataforma de pesquisa. As escolhas adotadas durante o fase de pré-processamento das informações, a despeito de serem baseadas na teoria e na experiência do pesquisador, constituem-se em viés que pode influenciar o resultado final do estudo. Outros temas, outros tipos de agrupamento e variação dos termos selecionados pode levar a conclusões diferentes e complementares.

Finalizando, deve-se salientar o uso do SciMAT, um método mais robusto e pouco explorado para a elaboração de estudos bibliométricos, destacando o cuidado e rigor empregados neste estudo.

## REFERÊNCIAS

- Araújo, C. (2002). Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. *Em Questão*, 12, 11-32.
- Avlonitis, G. J., & Salavou, H. E. (2007). Entrepreneurial orientation of SMEs, product innovativeness, and performance. *Journal of Business Research*, 60(5), 566-575.
- Baron, R., & Shane, S. (2007). *Empreendedorismo: uma visão do processo*. São Paulo, SP: Thomson Learning.
- Becker, M., & Knudsen, T. (2009). *Schumpeter and the organization of entrepreneurship*. In P. S. Adler (Ed.), *The Oxford Handbook of Sociology and organization studies* (p. 307). In P. S. Adler (Ed.), *The Oxford Handbook of Sociology and organization studies* (pp. 307). Oxford: Oxford University Press.
- Braga, G. (1973). Relações bibliométricas entre a frente de pesquisa (research front) e revisões da literatura: estudo aplicado. *Ciência da Informação*, 2(1), 9-26.

- Callon, M., Courtial, J., & Laville, F. (1991). Co-word analysis as a tool for describing the network of interactions between basic and technological research. *Scientometrics*, 22(1), 155-205.
- Cavusgil, S., Knight, G., & Riesenberger, J. (2010). *Negócios Internacionais: estratégia, gestão e novas realidades*: São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Clegg, S., Hardy, C., & Nord, W. (1999). *Studying organization: theory and method*. London, UK: Sage.
- Cobo, M., Lopez-Herrera, A., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2012). SciMAT: A new science mapping analysis software tool. *Journal of the American Society For Information Science and Technology*, 63(8), 1609-1630.
- Cools, E., & Van den Broeck, H. (2007). The hunt for the heffalump continues: can trait and cognitive characteristics predict entrepreneurial orientation? *Journal of Small Business Strategy*, 18(2), 23.
- Coviello, N., & Munro, H. (1992, 1992). *Internationalizing the entrepreneurial technology-intensive firm - growth through linkage development*. Paper presented at the Babson Entrepreneurship Research Conference, France.
- Covin, J., & Lumpkin, G. (2011). Entrepreneurial orientation theory and research: Reflections on a needed construct. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 855-872.
- Covin, J., & Miller, D. (2014). International entrepreneurial orientation: conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 11-44.
- Covin, J., & Slevin, D. (1988). The influence of organization structure on the utility of an entrepreneurial top management style. *Journal of management studies*, 25(3), 217-234.
- Covin, J., & Wales, W. (2012). The measurement of entrepreneurial orientation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 677-702.
- Covin, J. G., & Lumpkin, G. (2011). Entrepreneurial orientation theory and research: Reflections on a needed construct. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 855-872.
- Dimitratos, P., Plakoyiannaki, E., Pitsoulaki, A., & Tuselmann, H. J. (2010). The global smaller firm in international entrepreneurship. [Article]. *International Business Review*, 19(6), 589-606.
- Fligstein, N. (2001). *Theoretical debates and the scope of organizational theory*: Department of Sociology, University of California Berkeley.
- Freeman, S., & Cavusgil, S. T. (2007). Toward a typology of commitment states among managers of born-global firms: A study of accelerated internationalization. *Journal of International Marketing*, 15(4), 1-40.
- Hambrick, D., & Chen, M. (2008). New academic fields as admittance-seeking social movements: The case of strategic management. *Academy of Management Review*, 33(1), 32-54.
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2009). *Entrepreneurship* (8 ed.). New York: McGraw Hill/Irwin.
- Jones, M. V., & Coviello, N. E. (2005). Internationalisation: conceptualising an entrepreneurial process of behaviour in time. *Journal of International Business Studies*, 36(3), 284-303.
- Khandwalla, P. (1977). Some top management styles, their context and performance. *Organization & Administrative Sciences*, 7, 21-51.
- Knight, G. (2001). Entrepreneurship and strategy in the international SME. *Journal of international management*, 7(3), 155-171.
- Knight, G., & Cavusgil, S. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124-141.
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S., & Servais, P. (2007). Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. [Article]. *Journal of World Business*, 42(3), 253-267.
- Lawrence, P., & Lorsch, J. (1967). *Organization and Environment: Managing Differentiation and Integration*. Boston: Harvard University Press.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- McDougall, P. (1989). International versus domestic entrepreneurship - new ventures, strategic behavior and industry structure. [Article]. *Journal of Business Venturing*, 4(6), 387-400.
- McDougall, P., & Oviatt, B. (2000). International entrepreneurship: the intersection of two research paths. *Academic of Management Journal*, 43(5), 902-906.
- McDougall - Covin, P., Jones, M. V., & Serapio, M. G. (2014). High - Potential Concepts, Phenomena, and Theories for the Advancement of International Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 1-10.
- Michels, R. (1962). *Political parties: a sociological study of the oligarchical tendencies os modern democracy*. New York, NY: Collier Books.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Miller, D., & Friesen, P. H. (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: Two models of strategic momentum. *Strategic management journal*, 3(1), 1-25.
- Mintzberg, H. (1973). Strategy-making in three modes. *California Management Review (pre-1986)*, 16(000002), 44.

- Morris, M. H., & Paul, G. W. (1987). The relationship between entrepreneurship and marketing in established firms. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 247-259.
- Murgado-Armenteros, E., Guriérrez-Salcedo, F., Torres-Ruiz, M., & Cobo, F. (2015). Analysing the conceptual evolution of qualitative marketing research through science mapping analysis. *Scientometrics*, 102, 519-557.
- Neck, H., & Greene, P. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. [Article]. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.
- Noyons, E., Moed, H., & Luwel, M. (1999). Combining mapping and citation analysis for evaluative bibliometric purposes: A bibliometric study. *Journal of the American Society for Information Science*, 50(2).
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 537-553.
- Pan, Y., & Tse, D. K. (2000). The hierarchical model of market entry modes. *Journal of International Business Studies*, 31(4), 535-554.
- Pearce, I., John, A., Fritz, D. A., & Davis, P. S. (2010). Entrepreneurial orientation and the performance of religious congregations as predicted by rational choice theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 219-248.
- Pritchard, A. (1969). A statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25(4), 348-349.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787.
- Russell Merz, G., & Sauber, M. H. (1995). Profiles of managerial activities in small firms. *Strategic Management Journal*, 16(7), 551-564.
- Samiee, S., & Chabowski, B. (2012). Knowledge structure in international marketing: a multi-method bibliometric analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(2).
- Schumpeter, J. A. (1926). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung: Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle* (Vol. 55): Transaction publishers.
- Selznick, P. (2011). *Leadership in administration: A sociological interpretation*: Quid Pro Books.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- State-of-the-art. (2015). Oxford English Dictionary Online. Retrieved 30 September, 2015, from <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/state-of-the-art?q=state+of+the+art>
- Stevenson, H., & Jarillo, J. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
- Sundqvist, S., Kylaheiko, K., Kuivalainen, O., & Cadogan, J. W. (2012). Kirznerian and Schumpeterian entrepreneurial-oriented behavior in turbulent export markets. *International Marketing Review*, 29(2), 203-219.
- Supplee, H. (1910). *The Gas Turbine: Progress in the Design and Construction of Turbines Operated by Gases of Combustion*. Philadelphia: The Washington Square Press.
- Teixeira, M., Iwamoto, H., & Medeiros, A. (2013). Estudos bibliométricos (?) em administração. *Administração: Ensino e Pesquisa (RAEP)*, 14, 423-452.
- Tolbert, P., & Hiatt, S. (2009). On organizations and oligarchies: Michels in the twenty-first century. In P. Adler (Ed.), *The Oxford Handbook of Sociology and organization studies* (pp. 1-19). Oxford: Oxford University Press.
- Voss, Z. G., Voss, G. B., & Moorman, C. (2005). An empirical examination of the complex relationships between entrepreneurial orientation and stakeholder support. *European Journal of Marketing*, 39(9-10), 1132-1150.
- Zahra, S. (1993). A conceptual model of entrepreneurship as firm-level behavior: a critique and extension. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(4).
- Zahra, S., & George, G. (2002). International entrepreneurship: the current status of the field and future research agenda. In M. Hitt, R. Ireland, D. Sexton & M. Camp (Eds.), *Strategic Entrepreneurship: Creating an Integrated Mindset* (pp. 255-288). Malden, MA: Blackwell Publishers.
- Zahra, S., & Neubaum, D. (1998). Environmental adversity and the entrepreneurial activities of new ventures. *Journal of developmental entrepreneurship*, 3(2), 123.
- Zhou, L. (2007). The effects of entrepreneurial proclivity and foreign market knowledge on early internationalization. [Article]. *Journal of World Business*, 42(3), 281-293.