



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

TRIPÉ DA ESTRATÉGIA: ANÁLISE DE SUA PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOB A ÓPTICA DA ANÁLISE DE REDES SOCIAIS

HENRIQUE CÉSAR MELO RIBEIRO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO DELTA DO PARNAÍBA (UFDPAR)

ROSANY CORRÊA

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ (UESPI)

1. INTRODUÇÃO

O Tripé da Estratégia é composto por três vertentes teóricas do campo do saber da estratégia, são eles: Visão Baseada na Indústria (VBI), Visão Baseada em Recursos (VBR) e Visão Baseada nas Instituições (IBV) (Su, Peng & Xie, 2016; Rodrigues, Vasconcellos & Nunes, 2022), as quais manifestam concomitantemente, os fatores da indústria (Porter, 1986), a força institucional (Peng, Wang & Jiang, 2008), e a capacidade e os recursos competitivos da organização (Barney, 1991) no contexto das economias de mercados emergentes (Peng, Wang & Jiang, 2008; Krull, Smith & Ge, 2012; Chen, Li & Fan, 2018). Em suma, a VBI tem como fonte de vantagem competitiva os fatores externos, mediante a atratividade e posicionamento da empresa no setor industrial. Já a VBR, coloca em relevo como variável que propaga a competitividade os fatores internos, por meio da acessibilidade privilegiada de recursos únicos e de difícil imitação. E, por fim, a IBV que enfatiza ambos os fatores, ou seja, os internos e externos como força motriz para criação de vantagem competitiva, através da compreensão dos aspectos formais e informais da firma (Su, Peng & Xie, 2016; Florêncio & Oliveira, 2018; Lahiri, Mukherjee, & Peng, 2020).

Posto isto, enfatiza-se que o Tripé da Estratégia tem sido estudado em diversos panoramas científicos, como por exemplo: negócios internacionais (Peng, Wang & Jiang, 2008), responsabilidade social corporativa (Cruz, Boehe & Ogasavara, 2015), educação superior (Pes Backes, Serra & Zarour Neto, 2018), empreendedorismo (Medeiros *et al.*, 2018), empresas multinacionais (Chen, Li & Fan, 2018), desempenho empresarial (Zhu, Wei, Bao & Zou, 2019), pequenas empresas familiares (Lahiri, Mukherjee, & Peng, 2020), desenvolvimento sustentável (Wang, Liu & Wu, 2021), pequenas e médias empresas (Sun *et al.*, 2021), pesquisa e desenvolvimento (Bao, Su & Noble, 2021), internacionalização (Rodrigues, Vasconcellos & Nunes, 2022), mercados emergentes (He, Rizov & Zhang, 2022).

Ainda no que tange a pesquisa científica sobre o tema Tripé da Estratégia, constata-se que as dimensões do citado assunto, mesmo sendo amplamente adotado como base teórico-empírica em diversos estudos, ainda necessita ser mais bem entendida e compreendida, e isso, só é possível, mediante o desenvolvimento de pesquisas científicas métricas, possibilitando com isso a difusão do conhecimento sobre o referido assunto por meio de indicadores científicos métricos que possibilitaram mais informações e compreensão sobre as construções teóricas que compõem o Tripé da Estratégia (MacLennan & Oliva, 2016), como também, o saber sobre os atores envolvidos no processo de construção do conhecimento acadêmico a respeito da mencionada temática na literatura científica global (Ribeiro, 2021a).

No que concerne as métricas, destacam-se a: bibliometria, cienciometria, filemetria, infometria, patenteometria, sociometria, tecnometria, webmetria, dentre outras (Pessoa Araújo *et al.*, 2017; Ribeiro, 2017; Ribeiro, 2021b; Urbizagástegui-Alvarado & Restrepo-Arango, 2021). E destas, realçam-se as técnicas de investigação, bibliometria e a Análise de Redes Sociais (ARS) também conhecida como sociometria (Francisco, 2011; Pessoa Araújo *et al.*, 2017; Kohler & Digiampietri, 2021; Ribeiro, 2021a; Ribeiro, 2021b; Pandey, Andres & Kumar, 2022). A principal contribuição das pesquisas bibliométricas é a investigação do impacto da produção científica de um determinado tema; e dos estudos de ARS por serem vitais para a compreensão do perfil da produção científica de qualquer campo do saber. Por conseguinte, tais metodologias são bastante difundidas no Brasil e no mundo (Favaretto & Francisco, 2017; Urbizagástegui-Alvarado & Restrepo-Arango, 2021), especialmente a ARS, por esta enfatizar as características principais das estruturas das redes de colaboração dos atores envolvidos no processo de construção, difusão e socialização do conhecimento científico de um determinado tema e ou área do saber, mediante as criações das matrizes das redes sociais *one-mode* e *two-mode* e, posterior visualizações gráficas das mencionadas redes (Tomaél & Marteleto, 2013; Ribeiro, 2021a; Ribeiro, 2021b).

Na literatura científica já foram publicados estudos cujo foco estava na produção científica do tema VBR (Ribeiro *et al.*, 2012; Ferreira *et al.*, 2016; Piveta *et al.*, 2018; Zhang *et al.*, 2021). Aqui se faz um acréscimo ao manifestar que a temática VBR se destaca com maior ardor nas pesquisas científicas em gestão estratégica no âmbito nacional (Ribeiro, 2021a) e internacional (Andrade-Valbuena; Valenzuela-Fernández & Merigó, 2022). Por conseguinte, observa-se que, não foram reportadas pesquisas com enfoque nos assuntos: VBI e IBV, e, tão pouco, enfatizando o Tripé da Estratégia sob a óptica de trabalhos científicos alicerçados por técnicas de investigação de métricas (Urbizagástegui-Alvarado & Restrepo-Arango, 2021; Ribeiro, 2021a), com exceção da pesquisa de MacLennan e Oliva (2016) a qual retornou uma revisão sistemática da literatura sobre o Tripé da Estratégia, contudo, não adentrando na produção científica de maneira mais alargada, em especial, no que se refere a formação das redes de colaboração científica dos atores responsáveis pela evidênciação e socialização do tema Tripé da Estratégia no ponto de vista internacional.

Neste painel, este estudo manifesta uma das primeiras tentativas de investigar a produção científica das três pernas do Tripé da Estratégia na literatura científica global, mediante a ARS, ou seja, utilizando as redes de colaboração dos atores (pesquisadores, Instituições de Ensino Superior – IES, países e palavras-chave) para contribuir no melhor entendimento e compreensão deste fenômeno, e, simultaneamente, para ajudar a maturar o citado tema como linha teórica da estratégia (MacLennan & Oliva, 2016). Destarte, vislumbra-se a questão de pesquisa que alicerçara este estudo: Quais as redes sociais formadas da produção científica do tema “Tripé da Estratégia” divulgada nos periódicos científicos indexados na EBSCO e na SPELL? Nessa circunstância, a relevância deste estudo científico está em seu ineditismo, pois, não foi identificado na literatura científica global pesquisas análogas a esta, ou seja, que é de: investigar a formação das redes sociais da produção científica do tema “Tripé da Estratégia” divulgada nos periódicos científicos indexados na EBSCO e na SPELL. Esta pesquisa contribuirá para a área da Administração e afins, ao proporcionar oportunidades para traçar nortes da produção científica desse conhecimento, colaborando para a criação de parâmetros de avaliação e retroalimentação da produção científica, à luz da formação das redes de colaboração acadêmica, sobre o tema Tripé da Estratégia.

A justificativa da escolha do uso da base de dados internacional EBSCO é por esta ser importante e sofisticada na academia (Campanario & Santos, 2011; Popadiuk & Silva, 2018). Em outras palavras, enfatiza-se que a EBSCO é um banco de dados que existe há 70 anos (Job, 2018), e, que indexa aproximadamente 8.000 periódicos de texto completo, incluindo quase 7.000 revistas científicas revisadas por pares, além de ser legitimada pela comunidade científica mundial (Ribeiro, 2019; Bauer, Sohn, Oliveira & Vogel, 2020). Ressalva-se também que, a plataforma internacional EBSCO possui acesso livre para consultas, como também a biblioteca eletrônica *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL) (Batista *et al.*, 2021). O argumento para a utilização da SPELL é por este ser mantido pela Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD). Logo, seu acervo científico brasileiro das áreas de Administração, Contabilidade e Turismo, até a data de 28-05-2022 tem mais de 60 mil documentos publicados por 123 periódicos científicos; e desde sua criação, que foi em 2012, e até essa data, já houve mais de 42 milhões de acessos e mais de 15 milhões de *downloads* de textos disponibilizados na mencionada base de dados (Guimarães *et al.*, 2018; SPELL, 2022), sendo assim considerada com uma das mais importantes e relevantes e, em ascensão na academia brasileira na área de Ciências Sociais Aplicadas, em especial no campo da Administração (Rossoni, 2018; Anjo, Brito & Brito, 2022).

Este estudo contribui para a literatura científica da área de estratégia ao investigar a produção científica da pesquisa sobre Tripé da Estratégia, sob a óptica da ARS, evidenciando as redes sociais *one-mode* e *two-mode* dos atores responsáveis pela difusão e desenvolvimento do referido tema na academia, contribuindo assim para o seu alargando e robustecendo e para

sua maior maturação de suas informações e saberes científicos. Deseja-se também que, a citada pesquisa, além de contribuir para o crescimento do mencionado tema na academia, proporcione oportunidades de surgimento de novos caminhos para estudos futuros, no tocante a este assunto, e, com isso, amplie os conhecimentos sobre as pernas que embasam o mencionado tripé, sobretudo a IBV, que foi a terceira perspectiva estratégica vislumbrada, sendo que as duas primeiras foram respectivamente a VBI e a VBR (Peng *et al.*, 2009). Assim sendo, esta pesquisa busca motivar e mobilizar pesquisadores, *seniores* ou iniciantes, que desejam contribuir para o desenvolvimento teórico do tema Tripé da Estratégia (MacLennan & Oliva, 2016).

2. TRIPÉ DA ESTRATÉGIA

Para ajudar na escolha de estratégias competitivas de empresas, e, em seu posicionamento em economias emergentes, tem-se a perspectiva do Tripé da Estratégia (Xie *et al.*, 2011), que foi proposto por Peng, Wang e Jiang (2008) há mais de uma década, sendo assim considerado uma nova teoria (MacLennan & Oliva, 2016). O Tripé da Estratégia é alicerçado em três vertentes conceituais da administração estratégica as quais examinam as influências da indústria, a interação das instituições e as capacidades e recursos da empresa (Bao, Su & Noble, 2021), ou seja, as três vertentes principais da estratégia a *Industry-Based View*, *Resource-Based View* e *Institution-Based View* (Zhu *et al.*, 2019). A VBI recomenda que, para aperfeiçoar estratégias organizacionais eficazes, o gestor deverá compreender e reagir àquelas forças competitivas (compradores, fornecedores, rivais, entrantes potenciais e substitutos) dentro da indústria, para assim determinar o grau de competitividade da empresa que será conseguido por meio de sua estratégia de posicionamento (Rodrigues, Vasconcellos & Nunes, 2022). Já a VBR explica que, o desempenho dessas empresas deve ser determinado por recursos e capacidades específicas, independentemente das condições não atraentes da indústria a que pertencem, oferecendo uma condição divergente para se conseguir alcançar vantagem competitiva e, posterior desempenho empresarial (Florêncio & Oliveira, 2018).

E a IBV surge como ideia que complementa as bases teóricas da VBI e VBR (Silva & Lopes, 2018), e, com isso, cresce de maneira proeminente na área de estratégia, pois vislumbra um dos paradigmas mais robusto da área de negócios internacionais (Mukherjee *et al.*, 2021), pois, a mencionada buscando compreender como as instituições lidam com problemas de estratégia, colocando em realce a teoria institucional, e, suas forças reguladoras, normativas e cognitivas, em mercados emergentes (Yamakawa, Peng & Deeds, 2008). Assim dizendo, a IBV leva em consideração que as escolhas estratégicas das firmas são tomadas e restritas dentro de ambientes institucionais, isto é, gestores de empresas buscam seus interesses racionalmente e fazem escolhas estratégicas dentro de restrições institucionais em mercados (Mariotti *et al.*, 2018) de países emergentes (Ferreira, Reis & Pinto, 2020), influenciando no processo estratégico das organizações, como é o caso dos negócios internacionais (Bhattacharyya & Verma, 2019), em especial ao processo de internacionalização (Yamakawa, Peng & Deeds, 2008).

Logo, a procura pela conexão entre as três perspectivas pode ajudar a apresentar as condições em que o valor de um determinado recurso estratégico possa variar em relação às condições do setor industrial e no panorama institucional (Scafuto, Pes Backes & Maccari, 2017), contribuindo, concomitantemente para aflorar o desempenho exportador das empresas em mercados em desenvolvimento (Cruz, Boehe & Ogasavara, 2015), mediante o processo de definição de estratégias internacionais, ou seja, da estratégia de internacionalização (Rodrigues, Vasconcellos & Nunes, 2022), tangenciando a busca pela *performance* destas firmas (Gao *et al.*, 2010; Calixto, Garrido, Vasconcellos & Monticelli, 2013; Medeiros *et al.*, 2018). Isto posto, constata-se que esta visão teórica tem sido adotada para aclarar impulsionadores das decisões do processo de internacionalização das empresas no mercado internacional, assim dizendo, a estrutura do Tripé de Estratégia fornece orientação aos gestores na consideração de como os fatores baseados em recursos, instituições e indústrias impulsionam a internacionalização

(Lahiri, Mukherjee, & Peng, 2020), e, simultaneamente, para entender as suas decisões estratégicas, complementando, e, de certa forma, superando as possíveis limitações ou lacunas apresentadas tanto na perspectiva da VBR quanto pela vertente da VBI (Silva & Lopes, 2018).

Por conseguinte, compreende-se que em ambos os conceitos, mesmo que tenham avançado na compreensão das fontes de competitividade de uma empresa, eles (VBR e VBI) ignoram o impacto do ambiente institucional, e, este, serve como um facilitador ou delimitador das ações de negócios, permitindo que as empresas tenham acesso a recursos críticos que possam a posterior promover suas atividades empresariais. Então, a perspectiva do Tripé da Estratégia realça que os recursos e capacidades da firma, o ambiente institucional e as condições da indústria impactam de maneira conjunta no desempenho e na escolha estratégica das empresas, singularmente o grau de internacionalização (Gao, Li & Huang, 2019).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo deste estudo foi investigar a formação das redes sociais da produção científica do tema “Tripé da Estratégia” divulgada nos periódicos científicos indexados na EBSCO e na SPELL. Para tanto, utilizou-se as técnicas de Análise de Redes Sociais sob as perspectivas *one-mode* e *two-mode*. Reforça-se que, para se conseguir adentrar na ARS, e, concomitantemente criar suas matrizes de redes sociais *one-mode* e *two-mode* (Pineda-Ospina, 2019; Ribeiro, 2021a; Ribeiro, 2021b), foi necessário utilizar a bibliometria na primeira etapa desta pesquisa, e, tal escolha se fez em decorrência deste método ser popular e rigoroso para explorar e investigar dados científicos, permitindo assim desvendar as nuances evolutivas (Donthu *et al.*, 2021) do tema Tripé da Estratégia na nuance da produção científica do mencionado tema. Na ARS, existem elementos fundamentais para melhor entendê-la, ou seja, maneiras de observar a estrutura e as relações de uma rede de colaboração, entre as quais se realçam as seguintes: os nós (atores) que são as posições que definem as localizações relativas dos atores na estrutura da rede. Os laços que são estabelecidos pelos atores em um determinado contexto, definindo assim padrões de conexão e dinâmica de interação (Allegretti *et al.*, 2018). O grau de densidade ou de difusão da rede que é compreendida como o conjunto de ligações dos atores (Williams dos Santos & Farias Filho, 2016). E as centralidades, que são propriedades de redes mais utilizadas, as quais provocam as características relacionadas à relevância de um ator em uma rede social (Rossoni & Guarido Filho, 2007; Farias & Carmo, 2021).

Dentre elas, se faz distinção a centralidade de grau ou *degree* que é a propriedade que evidencia a atividade relacional de um ator (Balestrin, Verschoore & Reyes Junior, 2010), ao aferir o número de intercâmbios de cada um destes em um grafo (Alves, Pavanelli & Oliveira, 2014), ou seja, o número de parcerias na criação e publicação do estudo científico (Pessoa Araújo *et al.*, 2017). E a centralidade de intermediação ou *betweenness* que é a propriedade que desponta o potencial de intermediação dos atores, ao avaliar quanto um determinado ator atua como norte cooperando para alargar as ligações dos diversos atores da rede de colaboração (Bataglin *et al.*, 2021). Aqui cabe vislumbrar que neste estudo, optou-se por focar a centralidade de grau e a de intermediação, e, tal escolha, justifica-se por estas conexões estruturais serem as mais comuns e mais diretas medidas de centralidade (Cunha & Piccoli, 2017).

Em suma, a análise de redes sociais pode ser: *one-mode* (1 modo) e ou *two-mode* (2 modos). A rede de um modo se caracteriza quando membros de uma rede social têm conexões com outros membros da mesma divisão, como, por exemplo: uma rede social composta apenas por pesquisadores. E a rede de dois modos se caracteriza quando seus atores possuem interações com membros de outras categorias, como, por exemplo: pesquisadores e suas respectivas instituições de origem. Dito isto, no Brasil, é infrequente descobrir trabalhos que investigam redes de dois modos. Ou seja, os estudos de redes sociais de um modo suplantam muito, em quantidade, os estudos de redes sociais de dois modos em âmbito internacional. Em suma, na

literatura científica, o número de estudos científicos divulgados sobre redes sociais de dois modos é cerca de 80% menor do que de um modo (Tomaél & Marteleto, 2013).

O universo de investigação colocou em relevo todos os artigos dos periódicos científicos disponibilizados na base de dados internacional EBSCO e na biblioteca eletrônica SPELL, nas áreas de Administração, Ciências Contábeis, Economia e Turismo. Na literatura científica, estudos usando integralmente a base de dados EBSCO foram publicados (Ribeiro, 2019; Ribeiro, 2020; Bauer *et al.*, 2020), como também na plataforma de dados SPELL (Anjo, Brito & Brito, 2022), e, em ambas (Batista *et al.*, 2021), mostrando, ratificando e legitimando as citadas bases de dados internacional e nacional respectivamente como viável para pesquisas com foco bibliométrico (primeira etapa deste estudo), e, ao mesmo tempo para pesquisas que colocam em saliência a ARS.

O processo de seleção da amostra dos estudos ocorreu da seguinte forma: a) escolha das palavras-chave aplicadas no filtro de procura das bases de dados; b) coleta dos dados nas bases EBSCO e SPELL; c) busca pelas palavras-chave nos títulos, resumos e palavras-chave dos estudos; d) definição da amostra, por meio da leitura dos títulos e/ou resumos de cada artigo. Nas bases de dados EBSCO e SPELL, colocou-se um filtro com as palavras-chave “tripé da estratégia”, “*strategy tripod*” e “*trípode de estratégia*”. Essas palavras-chave foram procuradas no título, resumo e palavras-chave de cada artigo, de forma não simultânea, consentindo, assim, que todos os artigos sobre o tema objeto de investigação desta pesquisa fossem identificados e relacionados.

Com isso, a amostra ficou composta por 50 artigos, em um recorte temporal dos anos de 2008 a 2022. As análises destes 50 estudos foram realizadas por meio dos indicadores de ARS: (i) redes de coautoria; (ii) redes de colaboração das IES; (iii) redes de cooperação dos países; (iv) rede social *two-mode* dos autores e periódicos científicos; (v) rede social das palavras-chave; e (vi) rede social *two-mode* dos autores e temas. Os referidos dados e informações foram retirados dos respectivos estudos, e, em seguida, iniciado os procedimentos de aferição das matrizes simétricas a assimétricas e visualização gráfica das redes colaboração *one-mode* e *two-mode* respectivas dos atores. Os dados bibliométricos (primeira etapa deste estudo) foram aferidos por meio dos *softwares Bibexcel e Microsoft Excel 2007*; e os indicadores de ARS foram mensurados mediante os *softwares UCINET e NetDraw*.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção abordará a análise e a discussão dos resultados dos 50 estudos identificados sobre o tema Tripé da Estratégia, durante o período de 2008 a 2022, nas bases de dados EBSCO e SPELL. A Figura 1 visualiza as redes de coautoria, realçando a centralidade de grau, composta por 126 nós e 324 laços.

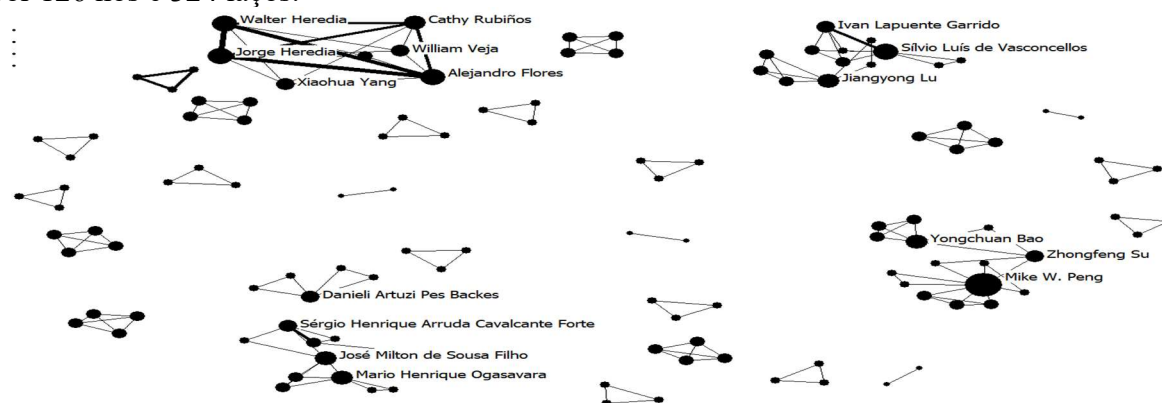


Figura 1: Redes de coautoria (*degree*)

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Os autores com maior *degree* neste estudo foram: Alejandro Flores, Jorge Heredia e Walter Heredia, todos com um *degree* de 11.000, Mike W. Peng (*degree* = 9.000), Cathy Rubiños (8.000), Sílvio Luís de Vasconcellos (7.000). Com *degree* de 5.000 estão os estudiosos: Ivan Lapuente Garrido, Jiangyong Lu, José Milton de Sousa Filho, Mario Henrique Ogasavara, Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte, Yongchuan Bao, e com uma centralidade local de 4.000 têm-se os pesquisadores: Danieli Artuzi Pes Backes, William Veja, Xiaohua Yang e Zhongfeng Su. Posto isto, estes pesquisadores em relevo na Figura 1, para esta pesquisa, representam os mais relevantes no que concerne a atividade de produção de estudos científicos sobre do tema Tripé da Estratégia em âmbito global, e, seus respectivos números de parceiros ou conexões relacionais são preponderantes para tal realce (Balestrin, Verschoore & Reyes Junior, 2010; Alves, Pavanelli & Oliveira, 2014 & Pessoa Araújo *et al.*, 2017). Relativamente ao número de parcerias, os autores em destaque tiveram respectivamente: seis, seis, seis, nove, cinco, seis, quatro, cinco, cinco, cinco, quatro, cinco, quatro, quatro, quatro e quatro. A Figura 2 é análoga a Figura 1, contudo, esta traz em bojo a perspectiva da centralidade de intermediação.

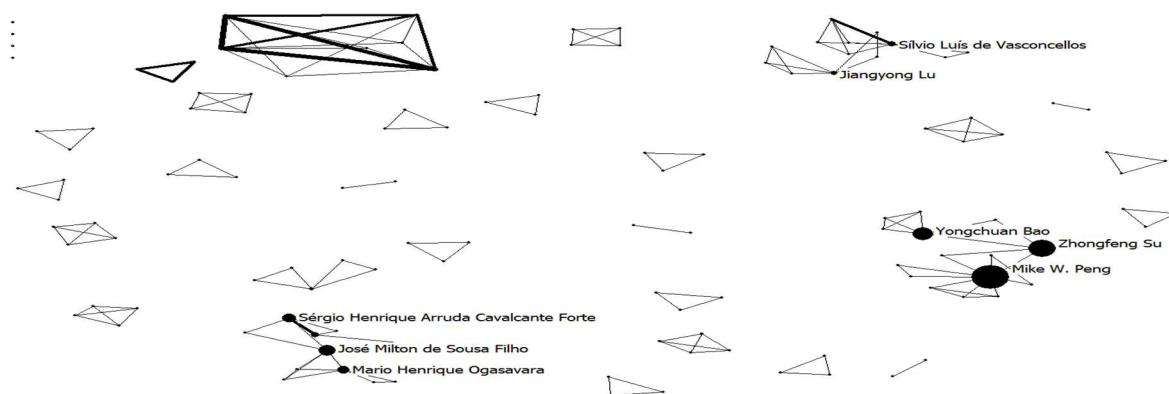


Figura 2: Redes de coautoria (*betweenness*)

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Já os autores que ficaram em evidência, no que concerne as suas respectivas capacidades de nortear intermediações de conexões entre outros pesquisadores, para assim alargar e robustecer a produção científica das pesquisas no que concerne ao Tripé da Estratégia (Bataglin *et al.*, 2021; Ribeiro, 2021a) foram em ordem decrescente: Mike W. Peng (com *betweenness* de 65.000), Zhongfeng Su (45.000), Yongchuan Bao (33.000), José Milton de Sousa Filho (25.000), Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte (21.000), Mario Henrique Ogasavara (16.000), Sílvio Luís de Vasconcellos (9.000) e Jiangyong Lu (6.000). Tal achado mostra que as parcerias de pequenos grupos específicos de autores têm impacto direto no posicionamento de destaque das centralidades local e global dos estudiosos em relevo nesta pesquisa, e, com isso, 50% dos acadêmicos em relevo na Figura 1, ficaram também em foco na Figura 2. Com isso, é possível considerar que estes que ficaram em saliência na Figura 2, são os mais proeminentes no que diz respeito ao seu poder de relacionamento com outros autores, e, consequentemente, no que se refere a seu dinamismo na intermediação de estudos sobre o Tripé da Estratégia em âmbito internacional (com base na EBSCO) e ou nacional (à luz da SPELL).

Assim, é possível também considerar e constatar que, os eminentes pesquisadores são os mais profícuos desta pesquisa, em especial: Peng, Mike W., que publicou quatro artigos, Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte e Sílvio Luís de Vasconcellos, ambos com três artigos divulgados. Estes dois últimos representando IES nacionais brasileiras, ou seja, a Universidade de Fortaleza (UNIFOR) e a Escola Superior de Marketing e Propaganda, respectivamente; e Peng, Mike W., oriundo da University of Texas, foi um dos autores que propôs o Tripé da Estratégia (MacLennan & Oliva, 2016). Isto posto, identifica-se que um dos artigos mais citados

em temas sobre negócios internacionais e internacionalização é: “*What drives new ventures to internationalize from emerging to developed economies?*” de autoria de Yasuhiro Yamakawa, Mike W. Peng e David L. Deeds publicado em 2008 no *Entrepreneurship Theory and Practice*.

O citado artigo trata do *gap* existente na literatura científica no que tange ao processo de internacionalização de novos empreendimentos em países de economias emergentes, buscando assim elucidar os impulsionadores que conduzem estes negócios mediante três perspectivas teóricas da estratégia: VBI, VBR e IBV (Piveta *et al.*, 2018), corroborando com os resultados manifestados sobre autor Mike W. Peng nesta subseção. Fazendo um adendo e ao mesmo tempo complementando os resultados deste tópico, constata-se que o autor Mike W. Peng se faz presente e, em relevo, com um dos autores mais citados em outros temas, que de certa forma são inerentes ao contexto dos negócios internacionais (Ferreira *et al.*, 2016), como é o caso da Governança corporativa (Pandey, Andres & Kumar, 2022). Por fim, averigua-se que a densidade da supracitada rede social foi de 0.0223 com um desvio padrão de 0.1618, significando que a referida rede de colaboração se encontra dispersa, com laços fracos (Williams dos Santos & Farias Filho, 2016). Tal resultado pode ser explicado pelo predomínio de publicações com poucas parcerias (Ribeiro, 2020), e, isso, pode ser devido ao tema Tripé da Estratégia ser ainda recente na literatura academia mundial (MacLennan & Oliva, 2016). A Figura 3 versa a rede de colaboração das IES, que é formada por 88 nós e 176 laços, enfatizando a centralidade de grau.

As IES mais centrais em referência ao *degree*, foram: *University of Missouri*, *Xi'an Jiaotong University*, ambas com *degree* de 7.000, *University of Texas* com *degree* de 6.000, *University of Alabama* e Universidade de Fortaleza, ambas com *degree* de 5.000, *Peking University*, *Curtin University* e *The Chinese University of Hong Kong*, todas com *degree* de 4.000, e a Escola Superior de Propaganda e Marketing com um *degree* de 3.000. Dentre estas instituições, um grupo se destaca na Figura 3, indicando a presença de um fluxo de informações científicas sobre o tema ora em investigação, e, conseqüentemente, uma possível maturação desta temática, em especial entre os componentes em realce na citada figura (Kohler & Digiampietri, 2021; Ribeiro, 2021b).

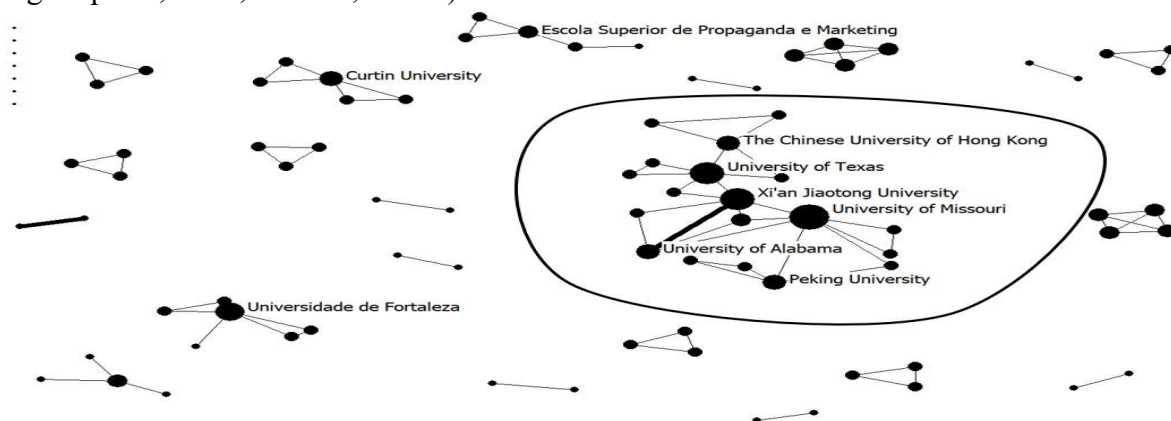


Figura 3: Redes de colaboração das IES (*degree*)

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Ainda no tocante ao grupo de IES em realce na Figura 3, constata-se uma interação mais robusta entre as Universidades de *Xi'an Jiaotong* e *Alabama*, influenciando na aferição da centralidade de grau, ou seja, as parcerias observadas entre estas universidades (Rossoni & Guarido Filho, 2007), influenciam em suas respectivas relevâncias (Farias & Carmo, 2021) na rede de colaboração das universidades no que tange ao assunto Tripé da Estratégia. Com isso, versam-se a seguir as universidades com maior número de IES parceiras: *University of Missouri* com sete parcerias, *Xi'an Jiaotong University* e *University of Texas*, ambas com seis parcerias

e a Universidade de Fortaleza com cinco parcerias. Logo, é possível apurar que estas instituições em realce são as que conseguem atrair maior número de atores (autores e suas IES nativas) para fomentar e alargar a produção de pesquisas científicas relativamente ao tema ora investigado neste estudo. A Figura 4 é similar a Figura 3, porém, na citada figura coloca-se em evidência a centralidade de intermediação.

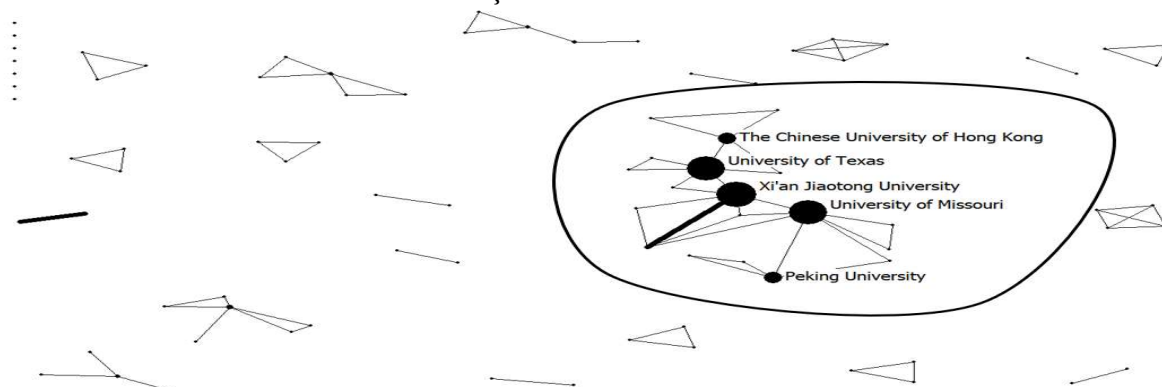


Figura 4: Redes de colaboração das IES (*betweenness*)

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Como ocorrerá na subseção anterior a esta, a Figura 4 contempla de maneira quase análoga o grupo de universidades que ficaram em destaque na Figura 3. Sendo que agora, versando a centralidade de intermediação em ordem decrescente: *Xi'an Jiaotong University*, *University of Missouri*, *University of Texas*, *The Chinese University of Hong Kong* e *Peking University*. Os respectivos níveis de *betweenness* das mencionadas IES foram: 84.000, 80.000, 80.000, 32.000 e 32.000. Desta forma, estas universidades em relevo neste tópico, podem ser consideradas, para esta pesquisa, as mais influentes no que corresponde a proliferação e mediação de estudos sobre o assunto Tripé da Estratégia em âmbito global, e, simultaneamente estão entre as mais produtivas, concebendo respectivamente, quatro, três, quatro, dois e dois artigos publicados sobre o mencionado tema. E, tais universidades enfatizadas são nativas dos Estados Unidos da América (EUA) e China na sua grande maioria. Ainda no que se refere a proficuidade das IES, se faz necessário e importante enfatizar que a UNIFOR do Brasil foi a universidade que mais concebeu publicações sobre o tema Tripé da Estratégia, com um número total de seis artigos.

Contudo, estas instituições em evidência (Figuras 3 e 4), estão conectadas em um grupo específico da rede de colaboração das IES, influenciando com isso na dinâmica, na propagação e na socialização de estudos sobre o Tripé da Estratégia e seus temas correlatos (Figura 8) somente entre este conjunto de universidades específicas. Tal panorama, faz emergir uma maturidade mais densa da temática em questão, neste grupo particular que ficou em relevo, porém, no contexto geral da rede de colaboração das universidades desta pesquisa, o citado destaque destas IES não proporciona o aperfeiçoamento e o crescimento do tema Tripé da Estratégia de maneira mais alargada e proeminente, impactando assim em laços fracos entre os atores da referida rede, e, concomitantemente, influenciando na baixa densidade da citada rede, que foi aferida em 0.0235. A Figura 5 capta a rede de cooperação dos países, a qual contém 24 nós e 44 laços, e, trazendo à baila a centralidade de grau (da esquerda para a direita) e a centralidade de intermediação (da direita para a esquerda).

Observando as duas redes de cooperação dos países, ou seja, a de centralidade de grau (da esquerda para a direita), como também da centralidade de intermediação (da direita para a esquerda), constata-se que ambas destacam sobretudo os países: China, Austrália, Reino Unido, EUA e Brasil. Dentre estes países, os que emergem com um vínculo mais robusto são: China e EUA, pois publicaram em conjunto seis estudos. Ainda no que se refere aos países em relevo,

estes também ficaram entre os cinco mais profícuos deste estudo, isto é, China e EUA com 13 publicações cada, Reino Unido com seis, Austrália com cinco e o Brasil ficando na primeira posição com 16 artigos divulgados, porém, o mencionado país, não manifestou uma grande interação com outras nações, inviabilizando com isso, e, de certa forma, seu maior relevo nas centralidades de grau e de intermediação concomitantemente nesta pesquisa.

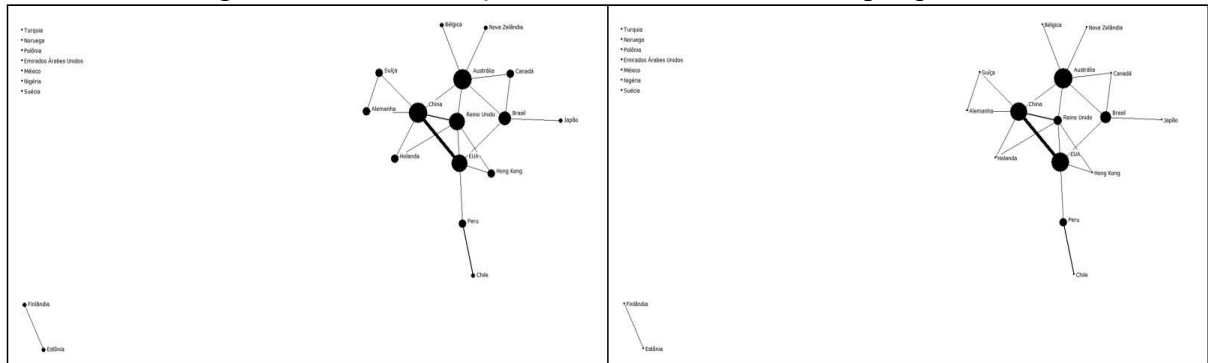


Figura 5: Redes de cooperação dos países (*degree e betweenness*)
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Logo, pode-se entender que as citadas nações possuem uma relevância significativa na produção de pesquisas científicas sobre o tema Tripé da Estratégia, compreendo que, tal proeminência e envergadura destes países estão diretamente ligados as universidades as quais são nativas destas nações, e, concomitantemente, influenciam no relevo destes países, como também, aos autores que são oriundos e, simultaneamente, representam estas instituições no panorama da literatura acadêmica global no que é relativo a proliferação, disseminação e socialização dos estudos científicos voltados ao tema em investigação nesta pesquisa. Ainda com foco na Figura 5, é prudente também evidenciar que a rede de cooperação ora em averiguação se encontra com uma baixa densidade, mensurada em 0.1051, significando que apenas 10,51% de suas interações estão sendo efetivamente realizadas, indo ao encontro do que fora observado nas redes sociais dos autores e das IES, indicando que todas compactuam um *status* que é uma rede de colaboração dispersa e com baixa coesão interna (Williams dos Santos & Farias Filho, 2016).

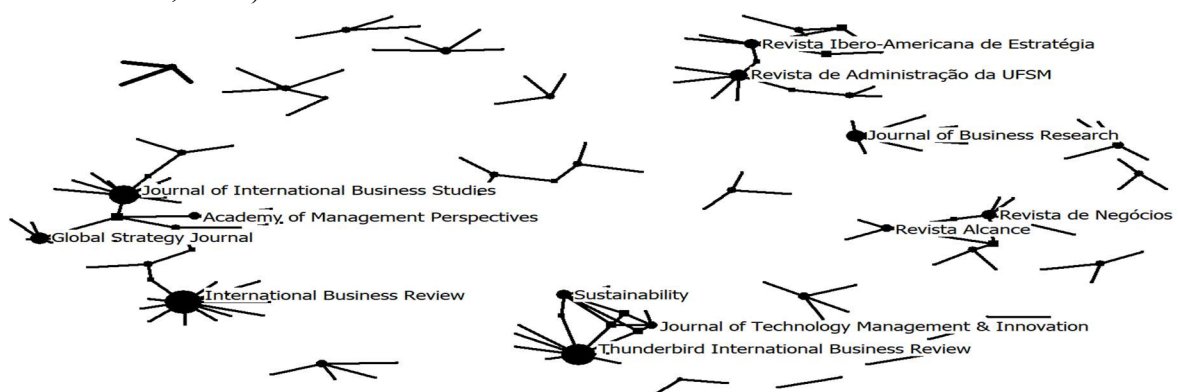


Figura 6: Rede social two-mode dos autores e periódicos científicos (*degree*)
Fonte: Dados da pesquisa (2022)

De maneira geral, tal achado é corroborado pelo pouco tempo em que o tema Tripé da Estratégia está sendo divulgado e socializado na academia, por meio de estudos científicos, em outras palavras, as redes sociais *one-mode* (de coautoria, das universidades e dos países) espelham de forma macro a dinâmica da produção acadêmica do Tripé da Estratégia em um contexto internacional que é de um tema ainda embrionária no âmbito literário acadêmico, entretanto, suas publicações, divulgadas nos periódicos científicos indexados nas bases de

dados EBSCO e SPELL, estão em fase emergente, buscando assim alcançar sua maturidade. A Figura 6 detecta a primeira rede social *two-mode* deste estudo, colocando em realce os 126 autores, juntamente com os 38 periódicos científicos percebidos nesta pesquisa, com isso, a citada rede social abrangeu 164 nós e 149 laços, ressaltando a centralidade de grau.

Assim sendo, as revistas científicas que conseguiram ter mais pesquisadores vinculados a elas para publicação de estudos com o foco em temáticas voltadas ao Tripé da Estratégia foram: *International Business Review* (com 12 autores), *Thunderbird International Business Review* (com 11 pesquisadores) e *Journal of International Business Studies* (com 10 estudiosos), com isso, os *journals* em realce conseguiram ser os mais centrais deste estudo. Ademais, as citadas revistas científicas também foram as mais profícuas desta pesquisa, com três publicações cada uma. Em referência aos periódicos internacionais *International Business Review* e *Journal of International Business Studies*, ambos ficaram em relevo nos estudos de Ferreira *et al.* (2016), Piveta *et al.* (2018) e Bhattacharyya e Verma (2019), sendo que estas pesquisas adentraram em assuntos inerentes e conexos ao tema Tripé da Estratégia. Ainda cabe vislumbrar que os autores Andrade-Valbuena, Valenzuela-Fernández e Merigó (2022) também colocam em evidência o periódico *Journal of International Business Studies* só que agora como um dos mais importantes da área de estratégia do mundo.

Por conseguinte, é factível afirmar que os *journals* que ficaram em saliência de maneira mais robusta na Figura 6, e, que foram corroborados em outros estudos similares a este, são os mais importantes e influentes no contexto da produção científica de pesquisas relacionadas ao escopo do tema Tripé da Estratégia no painel internacional. Ainda observando a Figura 6, cabe ressaltar também os periódicos científicos: *Global Strategy Journal*, *Journal of Business Research*, Revista de Administração da UFSM, Revista de Negócios, Revista Ibero-Americana de Estratégia, *Sustainability*, *Academy of Management Perspectives*, *Journal of Technology Management & Innovation* e Revista Alcance. De maneira ampla, as revistas científicas enfatizadas na Figura 6, correspondem os meios de comunicação mais produtivos e procurados por pesquisadores em todo o mundo para divulgar, disseminar e socializar seus trabalhos científicos sobre temas que enveredam para o assunto Tripé da Estratégia, influenciando concomitantemente na posterior maturação e evolução do tema objeto de estudo desta pesquisa, por meio de pesquisas diversas que abordem assuntos inerentes ao tema Tripé da Estratégia.

A Figura 7 visualiza a rede social das palavras-chave, que é composta por 173 nós e 942 laços, colocando em ênfase a centralidade de grau. Salienta-se que os nós representam as palavras-chave e seus tamanhos são proporcionais à sua recorrência no conjunto de dados analisados e os laços simulam as conexões entre as palavras-chave (Guimarães *et al.*, 2018). Ressalta-se também que as 173 ocorrências de palavras-chave são únicas, pois, foi “mantido apenas o critério de não diferenciar letras maiúsculas e minúsculas – palavras no singular e no plural foram mantidas diferentes” (Favaretto & Francisco, 2017, p. 376). Salienta-se também que, para a construção da matriz *one-mode* das palavras-chave, foram escolhidas e selecionadas as palavras-chave em inglês, e, isso se justifica em decorrência deste estudo ter uma proeminência de pesquisas internacionais identificadas sobre o tema Tripé da Estratégia, e, que foram divulgadas consequentemente em língua inglesa, e, com isso, para se manter um padrão e uma harmonização para a construção da citada matriz e, concomitantemente, para se conseguir visualizar a rede social das palavras-chave, utilizou-se as palavras-chave, dos 50 artigos identificados nesta pesquisa, em inglês.

As palavras-chave com maior centralidade de grau são: *strategy tripod*, *internationalization*, *China*, *resource-based view*, *strategy tripod perspective*, *institution-based view*, *industrial management*, *internationalization process*, *emerging markets* e *international business*. E seus *degrees* mensurados respectivamente foram: 56.000, 26.000, 20.000, 16.000, 15.000, 15.000, 13.000, 12.000, 10.000 e 10.000. Também enfatizam-se o número de parcerias de cada palavra-chave (Favaretto & Francisco, 2017), que foram reciprocamente: 52, 22, 19,

16, 15, 14, 13, 12, 10 e 10. Ainda respectivo a Figura 7, soma-se uma informação no que concerne às palavras-chave: *resource-based view*, *institution-based view*, *industrial management*, que comprova a interseção de maneira aguda destas palavras com o tema Tripé da Estratégia, ou seja, estas palavras são pertencentes de maneira natural ao tema ora investigado neste estudo (Peng, Wang & Jiang, 2008; Krull, Smith & Ge, 2012; Su, Peng & Xie, 2016; Chen, Li & Fan, 2018; Rodrigues, Vasconcellos & Nunes, 2022).

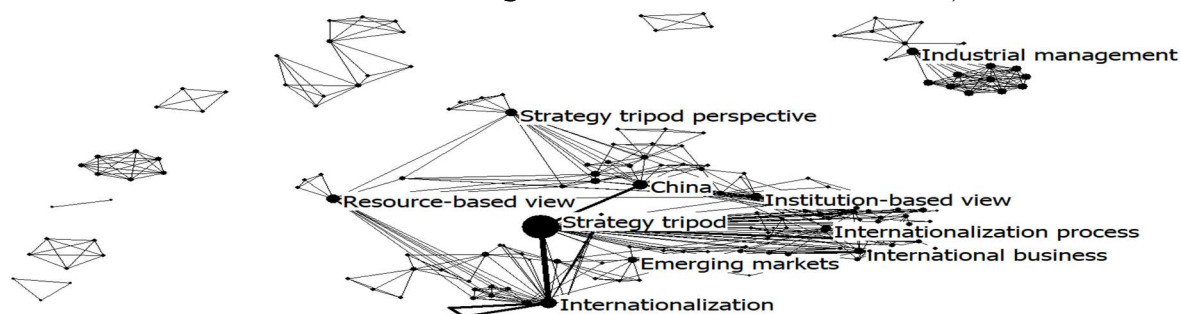


Figura 7: Rede social das palavras-chave (*degree*)

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Agora no que diz respeito ao *degree* observado na Figura 7, constata-se que a centralidade de grau está diretamente ligada ao número de parcerias dos atores, que neste caso, são as palavras-chave, influenciando na concepção e divulgação de pesquisas científicas (Pessoa Araújo *et al.*, 2017), quanto ao tema Tripé da Estratégia e assuntos correlatos. Logo, as mencionadas palavras-chave “ocupam posições e influências centrais no fluxo informacional temático” (Francisco, 2011, p. 298) no assunto Tripé da Estratégia neste estudo. No que tange a associação que mais ocorreu entre as palavras-chave deste estudo, têm-se: *strategy tripod* e *internationalization* com três ocorrências, aflorando assim uma forte relação (Guimarães *et al.*, 2018) do tema Tripé da Estratégia com a temática Internacionalização.

Aqui se faz uma complementação, pois, ao observar as palavras-chave que ficaram em realce neste tópico, ressalta-se que a palavra-chave: *strategy tripod* ficou com um relevo mais acentuado, em virtude de esta ter sido a palavra-chave usada para a busca dos estudos com foco no Tripé da Estratégia, com isso, a referida palavra-chave ficou tão saliente. E, tal explicação é similar, e, desta forma, também se faz presente para a palavra-chave: *strategy tripod perspective*, sobretudo, pois, a referida palavra-chave traz em seu bojo a palavra *strategy tripod*, influenciando diretamente em seu realce neste estudo. Tal fato ocorre de maneira análoga em outros estudos com foco da produção científica em outras temáticas, como por exemplo no assunto Inovação (Pineda-Ospina, 2019).

Um outro acréscimo se faz necessário fazer em relação a palavra-chave: China, que ficou em evidência nesta pesquisa. Tal fato não causa espanto visto que, a China, neste estudo foi um dos países que mais publicou pesquisas sobre a temática objeto de investigação, e, isto, devido ao destaque das universidades nativas deste país, e, conseqüentemente dos pesquisadores oriundos destas IES, influenciando no relevo da China na produção científica de pesquisas relacionadas ao Tripé da Estratégia, impactando sua saliência nas palavras-chave desta pesquisa. Tal achado não é particular dos resultados desta pesquisa, pois, a palavra-chave China também se fez presente, e, em relevo, em pesquisas referentes aos assuntos VBR e Internacionalização (Piveta *et al.*, 2018) e, ao campo do conhecimento Estratégia em âmbito global (Andrade-Valbuena, Valenzuela-Fernández & Merigó, 2022).

De maneira geral, as palavras-chave realçadas na medida de centralidade de grau revelam uma tendência dos pesquisadores deste campo do saber em estudos voltados acerca de

temas que explorem ou se conectem com estas palavras-chave em relevo, mostrando com isso que as palavras-chave esboçadas nesta pesquisa, e, simultaneamente as suas respectivas ocorrências, podem vir a ratificar as principais linhas de pesquisa e ou estudos publicados (Francisco, 2011; Favaretto & Francisco, 2017), sobre o tema Tripé da Estratégia no âmbito nacional brasileiro e internacional.

O tema Internacionalização foi o mais publicado neste estudo, com 10 divulgações, equivalendo a 20% do total dos artigos desta pesquisa. Tal resultado pode ser explicado devido a internacionalização possibilitar as empresas de mercados emergentes (He, Rizov & Zhang, 2022) atuarem no mercado internacional (Lahiri, Mukherjee, & Peng, 2020), buscando com isso a expansão e o crescimento dos negócios para além das fronteiras nacionais (Piveta *et al.*, 2018). Posto isto, constata-se assim a influência que o processo de internacionalização possui para os agentes institucionais (Rodrigues, Vasconcellos & Nunes, 2022) de empresas de portes diversos, sobretudo de mercados em desenvolvimento (Chen, Li & Fan, 2018; Sun, Maksimov, Wang & Luo, 2021), indo ao encontro do que o Tripé da Estratégia propaga sob a óptica de suas três pernas (Peng, Wang & Jiang, 2008).

Em seguida, manifestam-se as temáticas: Empresas de mercados emergentes e Empresas multinacionais de economia emergente com sete e cinco artigos publicados respectivamente. Estes temas são de certa forma intrínsecos ao IBV, pois, este (o IBV) é salutar ao campo do saber dos negócios internacionais (Mukherjee, Kumar, Donthu & Pandey, 2021), pois, busca entender como as firmas lidam com problemas institucionais em empresas (multinacionais também) de mercados emergentes (Yamakawa, Peng & Deeds, 2008). Isto posto, os temas Empresas de mercados emergentes e Empresas multinacionais de economia emergente, têm uma forte conexão com o assunto Tripé da Estratégia (Krull, Smith & Ge, 2012; Cruz, Boehe & Ogasavara, 2015; Chen, Li & Fan, 2018; Ferreira, Reis & Pinto, 2020), acarretando com isso, os seus respectivos relevos nas publicações sobre o tema objetivo de investigação deste estudo.

Ainda cabe ressaltar os assuntos: Desempenho empresarial (publicado três vezes), Desempenho exportador (com duas publicações), Educação superior (dois artigos), Governança corporativa (dois), Inovação (dois) e VBI (com dois estudos divulgados). E, com um artigo publicado evidenciam-se as temáticas: Barreiras de entrada, Capacidade de criação de conhecimento, Comportamento exportador, Desenvolvimento de novos produtos, Determinantes de Desempenho, Empresa familiar, Estratégias de mercado, Fusão e aquisição, Gestão estratégica, Isomorfismo, OIN, PMEs, RSC, Teoria do mercado emergente e Vantagem competitiva. Aqui, se faz prudente realçar que, para os temas que foram publicados somente uma vez neste estudo, incorre em uma oportunidade de desenvolvê-los, por meio de pesquisas que possam ser criadas e, posteriormente publicadas sobre os citados temas aferidos uma vez, influenciando a posteriori no crescimento dos mesmos na academia, e, concomitantemente, contribuindo para a maturação do tema Tripé da Estratégia no panorama científica mundial.

Observa-se que os temas publicados por mais vezes são acompanhados diretamente pelas centralidades de grau mais elevadas, ou seja, quanto maior o número de estudos divulgados, maior foi o seu respectivo *degree*. E, isto se deve ao número de pesquisadores (Figura 8) que atuaram para construir e, conseqüentemente divulgar seus estudos em periódicos científicos (Figura 6) diversos, impactando na influência destes assuntos sobre o tema objetivo de investigação desta pesquisa, que foi o Tripé da Estratégia.

A Figura 8 vislumbra a segunda rede social *two-mode* desta pesquisa, que é formada pelos 126 estudiosos, juntamente com os 24 temas observados neste estudo, perfazendo com isso, 150 nós e 144 laços. Ressalva-se que a referida rede faz sobressair a centralidade de grau. É importante particularizar que, para alicerçar e ajudar a classificar as temáticas identificadas nesta pesquisa, sobretudo as destacadas na Figura 8, usou-se como norte os estudos de: Ferreira *et al.* (2016), MacLennan e Oliva (2016), Piveta *et al.* (2018), Bhattacharyya e Verma (2019), Ferreira, Reis e Pinto, (2020) e Mukherjee *et al.* (2021).

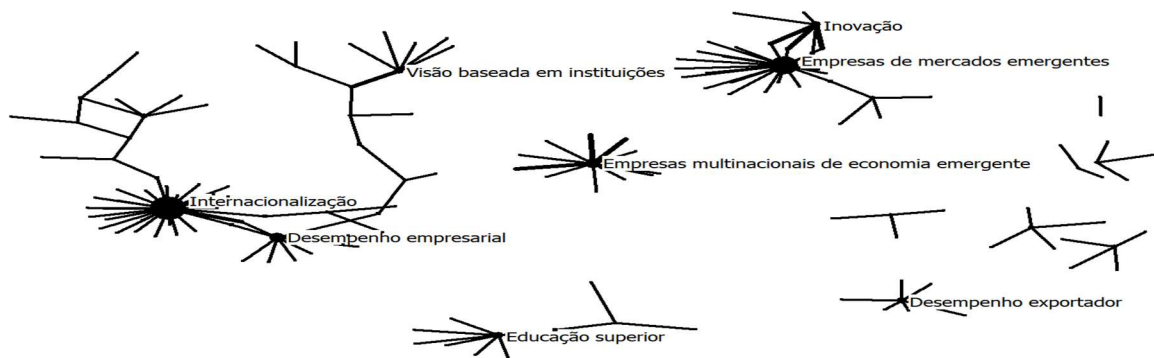


Figura 8: Rede social two-mode dos autores e temas (*degree*)

Fonte: Dados da pesquisa

Por conseguinte, constata-se que os temas realçados na Figura 8 que mais tiveram autores pesquisando, e, posterior publicando sobre estes foram: Internacionalização (com 28 autores vinculados a este), Empresas de mercados emergentes (com 21 pesquisadores), Empresas multinacionais de economia emergente (11 estudiosos), Desempenho empresarial (10 acadêmicos), Educação superior (sete), Desempenho exportador (seis), Inovação (seis) e Visão baseada em instituições (com seis autores publicando este tema). Destarte, observa-se que as temáticas que tiveram mais pesquisadores ligados a elas foram também os assuntos mais publicados, e, em consequência, foram os temas mais centrais desta pesquisa, e, de certa forma, confirmam de maneira parecida com os resultados verificados na Figura 7 desta pesquisa. Em suma, os achados averiguados na Figura 8 deste estudo, vislumbram os assuntos que de certa forma alicerçam e norteiam as pesquisas com foco no Tripé da Estratégia no cenário literário nacional brasileiro e internacional, em particular, colocando em relevo alguns temas como a Internacionalização e Empresas de Economias e ou Mercados Emergentes, ratificando assim uma sintonia fina do Tripé da Estratégia para com estas temáticas.

5. CONCLUSÃO

O objetivo desta pesquisa foi investigar a formação das redes sociais da produção científica do tema “Tripé da Estratégia” divulgada nos periódicos científicos indexados na EBSCO e na SPELL. Para tanto, utilizou-se as técnicas de Análise de Redes Sociais sob as perspectivas *one-mode* e *two-mode* em 50 estudos identificados sobre o tema investigado. Dessarte, esta pesquisa traz duas contribuições centrais para o campo do saber da Estratégia: a primeira relacionada ao tema Tripé da Estratégia; e a segunda referente aos indicadores métricos da ARS. Assim sendo, esta pesquisa amplia e contribui para o fomento do entendimento e da compreensão atual sobre o tema Tripé da Estratégia para os acadêmicos e profissionais da área de Estratégia enfocando, especialmente sua produção científica à luz da formação das redes sociais *one-mode* e *two-mode* dos atores responsáveis pela criação do conhecimento, divulgação, disseminação e socialização do citado tema na academia, proporcionando assim uma agenda de pesquisa para estudos futuros.

As limitações que podem ser observadas para o referido estudo se relacionam ao levantamento ter sido realizado em duas bases de dados específicas: EBSCO e SPELL. Com isso, sugere-se para estudos futuros, a ampliação desta pesquisa, utilizando para isso outras plataformas internacionais de dados, como a Web of Science e a Scopus. Como também utilizar eventos científicos nacionais e internacionais, e, revistas científicas nacionais e internacionais legitimadas e consolidadas na academia na área do conhecimento do tema Tripé da Estratégia. E, por fim, fazer a ARS de cocitação, e, uma Revisão Sistemática da Literatura. Recomenda-se também algumas oportunidades de pesquisas identificadas a partir do tema Tripé da Estratégia,

como contribuir para o avanço científico dos assuntos que formam as três pernas do Tripé da Estratégia, ou seja, a Visão Baseada da Indústria, a Visão Baseada em Recursos e, especialmente a Visão Baseada nas Instituições, visto que está última por ser um tema ainda recente na literatura científica internacional, merece ser mais aprofundado, por meio de estudos análogos a este, influenciando com isso em sua maturação e desenvolvimento em pesquisas científicas relacionadas as áreas de Negócios Internacionais, Mercados Emergentes e, em particular, na área do conhecimento da Estratégia.

REFERÊNCIAS

- Allegretti, A. C. V. *et al.* (2018). Redes sociais na produção científica em administração pública da saúde no Brasil. *Revista de Administração Pública*, 52(4), 571-592.
- Alves, B; H., Pavanelli, M. A., & Oliveira, E. F. T. (2014). Rede de coautoria institucional em Ciência da Informação: uma comparação entre indicadores de rede e os conceitos CAPES. *Em Questão*, 20(3), 1-15.
- Andrade-Valbuena, N. A.; Valenzuela-Fernández, L., & Merigó, J. M. (2022). Thirty-five years of strategic management research. A country analysis using bibliometric techniques for the 1987-2021 period. *Management Letters / Cuadernos de Gestión*, 22(2), 7-22.
- Anjo, E. da S., Brito, V. da G. P., & Brito, M. J. de. (2022). Estética organizacional nos estudos organizacionais brasileiros: revisão sistemática na base Spell. *TPA*, 12(2), 1-13.
- Balestrin, A., Verschoore, J. R., & Reyes Junior, E. (2010). O campo de estudo sobre redes de cooperação interorganizacional no Brasil. *RAC*, 14(3), 458-477.
- Bao, Y., Su, Z., & Noble, C. H. (2021). Determinants of new product development speed in china: a strategy tripod perspective. *Technovation*, 106.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 17(20), 99-120.
- Bataglin, J. C. *et al.* Inovação social: um estudo da publicação científica internacional por meio da análise de redes. *Brazilian Business Review*, 18(4), 450-466, 2021.
- Batista, M. H. *et al.* (2021). A produção científica sobre qualidade de vida no trabalho no período de 1995 a 2020 nas bases: CAPES, EBSCO HOST e SPELL. *REGS*, 12(1), 3382-3411.
- Bauer, J. E. *et al.* (2020). Museus e tecnologias da informação e comunicação: uma revisão sistemática da literatura na EBSCOhost. *Revista Acadêmica*, 14(3), 24-42.
- Bhattacharyya, S. S., & Verma, S. (2019). The intellectual core and structure of international business strategies (IBS): a co-citation analysis. *RIBS*, 29(3), 180-206.
- Calixto, C. V. *et al.* (2013). Estratégias de internacionalização das empresas calçadistas: análise sob a perspectiva da indústria, capacidades organizacionais e instituições. *Revista Alcance*, 20(4), 513-532. <https://doi.org/10.14210/alcance.v20n4.p513-532>
- Campanario, M. de A., & Santos, T. do C. S. (2011). Nomenclatura para indexação de revistas científicas. *Revista de Administração e Inovação*, 8(3), 1-27.
- Chen, L., Li, Y., & Fan, D. (2018). How do emerging multinationals configure political connections across institutional contexts? *Global Strategy Journal*, 8(3), 447-470.
- Cruz, L. B., Boehe, D. M., & Ogasavara, M. H. (2015). CSR-based differentiation strategy of export firms from developing countries: an exploratory study of the strategy tripod. *Business & Society*, 54(6), 723-762. <https://doi.org/10.1177/0007650312473728>
- Cunha, P. R. da, & Piccoli, M. R. Influência do board interlocking no gerenciamento de resultados. *Revista Contabilidade & Finanças*, 28(74), 179-196, 2017.
- Donthu, N. *et al.* (2021). How to conduct a bibliometric analysis: an overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Farias, R. de S., & Carmo, G. F. do. (2021). Atores, eventos e redes da política externa brasileira (1930-1985). *DADOS*, 64(1), 1-40. <https://doi.org/10.1590/dados.2021.64.1.230>

Favaretto, J. E. R., & Francisco, E. R. de. (2017). Exploração do acervo da RAE-Revista de Administração de Empresas (1961 a 2016) à luz da bibliometria, text mining, rede social e geonálise. *Revista de Administração de Empresas*, 57(4), 365-390.

Ferreira, M. P., Reis, N. R., & Pinto, C. F. (2020). Two decades of management research on emerging economies: a citation and co-citation review. *ISMO*, 50(1), 5-26.

Ferreira, M. P. et al. (2016). A bibliometric study of the Resource-based View (RBV) in international business research using Barney (1991) as a key marker. *Innovar*, 26(61), 131-144.

Florêncio, C. de S., & Oliveira, O. V. de. (2018). Determinantes de desempenho do setor de flores. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 17(3), 81-99.

Francisco, E. de R. (2011). RAE-eletrônica: exploração do acervo à luz da bibliometria, geonálise e redes sociais. *Revista de Administração de Empresas*, 51(3), 280-306.

Gao, G. Y. et al. (2010). A “strategy tripod” perspective on export behaviors: Evidence from domestic and foreign firms based in an emerging economy. *JIBS*, 41, 377-396.

Gao, Q., Li, Z., & Huang, X. (2019). How EMNEs choose location for strategic asset seeking in internationalization? Based on strategy tripod framework. *CMS*, 13(3), 687-705.

Guimarães, T. A. et al. (2018). A ANPAD e o processo de institucionalização da comunidade científica brasileira de Administração. *Cadernos EBAPE.BR*, 16(Edição Especial), 523-537.

He, X., Rizov, M., & Zhang, X. (2022). Workforce size adjustment as a strategic response to exchange rate shocks: a strategy-tripod application to chinese firms. *JBR*, 138, 203-213.

Job, I. (2018). Bibliometria aplicada aos estudos do campo da Educação Física: confiabilidade, qualidade e relevância nas publicações. *Motrivivência*, 30(54), 18-34.

Kohler, A. F., & Digiampietri, L. (2021). A. O campo de turismo no Brasil: caracterização e análise da rede de pesquisadores e sua dinâmica regional. *PCI*, 26(2), 58-82.

Krull, E., Smith, P., & Ge, G. L. (2012). The internationalization of engineering consulting from a strategy tripod perspective. *Service Industries Journal*, 32(7), 1097-1119.

Lahiri, S., Mukherjee, D., & Peng, M. W. (2020). Behind the internationalization of family SMES: a strategy tripod synthesis. *Global Strategy Journal*, 10(4), 813-838.

MacLennan, M. L. F., & Oliva, F. L. (2016). Strategy Tripod empirical instrumentalization: analysis of weaknesses and opportunities. *Revista de Negócios*, 21(2), 38-50.

Mariotti, D. C. et al. (2018). A Baixa Internacionalização das Empresas Brasileiras: uma Análise das Principais Barreiras Institucionais. *RASI*, 4(2), 112-126.

Medeiros, A. K. L. de et al. (2018). O processo de internacionalização da metalúrgica Delta: análise baseada no tripé da estratégia. *Revista de Administração da UFSM*, 11(2), 327-345.

Mukherjee, D. et al. (2021). Research published in Management International Review from 2006 to 2020: a bibliometric analysis and future directions. *MIR*, 61, 599-642.

Pandey, N., Andres, C., & Kumar, S. (2022). Mapping the corporate governance scholarship: current state and future directions. *Corporate Governance: An International Review*, 1-34.

Peng, M. W. et al. (2009). The institution-based view as a third leg for a strategy tripod. *Academy of Management Perspectives*, 23(3), 63-81.

Peng, M. W., Wang, D. Y. L., & Jiang, Y. (2008). An institution-based view of international business strategy: a focus on emerging economies. *JIBS*, 39(5), 920-936.

Pes Backes, D. A., Serra, F. A., & Zarour Neto, F. A. (2018). Identifying structural similarities between stricto sensu post-graduation programs in management regarding the strategy tripod. *Revista de Gestão*, 25(3), 303-320. <https://doi.org/10.1108/REGE-05-2018-0071>

Pessoa Araújo, U. et al. (2017). Trajetória e estado corrente da sociometria brasileira. *Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 28(2), 97-128.

Pineda-Ospina, D. L. (2019). Tendencias en la producción de artículos científicos en innovación en el campo de las ciencias administrativas. *Innovar*, 29(72), 117-130.

Piveta, M. N. *et al.* (2018). A contribuição da visão baseada em recursos para o estudo da internacionalização: uma análise bibliométrica da produção científica entre os anos de 2007 e 2016. *Internext: Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, 13(2), 43-58.

Popadiuk, S., & Silva, V. B. S. (2018). RAM – Revista de Administração Mackenzie: sua trajetória e desafios. *Cadernos EBAPE.BR*, 16(Edição Especial), 1-7.

Porter, M. E. (1986). *Competition in global industries*. Harvard Business Press.

Ribeiro, H. C. M. (2017). Bibliometria: quinze anos de análise da produção acadêmica em periódicos brasileiros. *Biblios*, 69, 1-20. <http://dx.doi.org/10.5195/biblios.2017.393>

Ribeiro, H. C. M. (2019). Bitcoin: análise da produção científica internacional de 2008 a 2017. *Sinergia*, 23(1), 81-94.

Ribeiro, H. C. M. (2021a). Estratégia em destaque: duas décadas de produção científica do evento 3Es à luz da análise de redes sociais. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 26(4).

Ribeiro, H. C. M. (2020). Produção científica internacional do tema bitcoin à luz da análise de redes sociais. *Sinergia*, 24(2), 61-74.

Ribeiro, H. C. M. (2021b). Scientific production of the organizational studies event under the social network analysis perspective. *Gestão & Regionalidade*, 38(113), 261-281.

Ribeiro, H. C. M. *et al.* (2012). Visão baseada em recursos: uma análise bibliométrica dos últimos 11 anos. *Revista de Ciência da Administração*, 14(34), 39-59.

Rodrigues, G. Z., Vasconcellos, S. L. de, & Nunes, M. P. (2022). Tripé da estratégia: o papel dos agentes institucionais no processo de internacionalização. *Internext*, 17(1), 81-104.

Rossoni, L. Editorial: O Spell reduziu o efeito Mateus na citação de periódicos. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 17(1), 1-8, 2018.

Rossoni, L., & Guarido Filho, E. R. (2007). Cooperação interinstitucional no campo da pesquisa em estratégia. *Revista de Administração de Empresas*, 47(4), 74-88.

Scafuto, I. C., Pes Backes, D. A., & Maccari, E. (2017). Grupos estratégicos isomórficos: um estudo com os cursos master of business administration – MBA do ranking da américa economia. *Revista de Ciências da Administração*, 19(48), 136-149.

Silva, L. M. P. da, & Lopes, F. D. (2018). Abordagem da perspectiva neoinstitucional para processos de internacionalização de empresas de países emergentes. *ReA*, 11, 435-453.

SPELL. Home. Recuperado em: < <http://www.spell.org.br/> >.

Su, Z., Peng, M. W., & Xie, E. (2016). A strategy tripod perspective on knowledge creation capability. *British Journal of Management*, 27(1), 58-76.

Sun, J. *et al.* (2021). Developing compositional capability in emerging-market SMEs. *Journal of World Business*, 56(3). <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101148>

Tomaél, M. I., & Marteleto, R. M. (2013). Redes sociais de dois modos: aspectos conceituais. *TransInformação*, 25(3), 245-253.

Urbizagástegui-Alvarado, R., & Restrepo-Arango, C. (2021). La teoría epidémica en la bibliometría brasileira. *Ciência da Informação*, 50(1), 24-36.

Wang, J., Liu, F., & Wu, J. (2021). A strategy tripod perspective on ISO 9001 adoption: evidence from chinese manufacturing firms. *IEEE*, 1-15.

Williams dos Santos, C., & Farias Filho, M. C. (2016). Agentes Comunitários de Saúde: uma perspectiva do capital social. *Ciência & Saúde Coletiva*, 21(5), 1659-1667.

Xie, Y. H. *et al.* (2011). On the determinants of post-entry strategic positioning of foreign firms in a host market: a “strategy tripod” perspective. *International Business Review*, 20(4).

Yamakawa, Y., Peng, M. W., & Deeds, D. L. (2008). What drives new ventures to internationalize from emerging to developed economies? *ETP*, 32(1), 59-82.

Zhang, Y. *et al.* (2021). Discovering the evolution of resource-based theory: Science mapping based on bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 137, 500-516.

Zhu, F. *et al.* (2019). Base-of-the-Pyramid (BOP) orientation and firm performance: a strategy tripod view and evidence from China. *International Business Review*, 28(6).