

ANÁLISE COMPARATIVA DE DIFERENTES TEORIAS DA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

COMPARATIVE ANALYSIS OF DIFFERENT THEORIES OF COMPANY INTERNATIONALIZATION

Prof. Dr. Marcelo Socorro Zambon¹,

¹ Doutor pela Universidade Metodista de Piracicaba - UNIMEP, Brasil. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-5379-3927>

Autor correspondente: Prof. Dr. Marcelo Socorro Zambon - UNIP, Campus de Jundiaí / São Paulo – Brasil.

INFORMAÇÕES DO ARTIGO

Histórico:
Recebido em 02/02/2023
Recebido revisado 15/03/2023
Aceito em 10/05/2023
Publicado em 20/06/2023

PALAVRAS-CHAVE:

Teoria;
Internacionalização;
Empresas

KEYWORDS:

Theories;
Internationalization;
Companies.



© 2023. Published by Zoom Business Review. This article is distributed under the terms of the Creative Commons. Reuse, distribution and reproduction are permitted provided that the original work is properly cited and that all applicable license conditions are observed.

RESUMO

O conhecimento das Teorias da Internacionalização das Empresas é importante para entender as diversas abordagens para a análise e tomada de decisões organizacionais em um contexto global, nesse sentido, e baseado na revisão da literatura, esse artigo discute algumas das principais teorias da internacionalização. O objetivo geral do artigo é realizar uma análise comparativa entre cinco das principais teorias da internacionalização das empresas atualmente em voga. Esse estudo considera o foco de cada teoria, a saber: (i) Vantagem Comparativa - foco na análise das vantagens comparativas e competitivas; (ii) Ciclo de Vida do Produto - foco na dinâmica do mercado e da competição durante o tempo; (iii) Modelo de Dunning - foco na análise da internacionalização das empresas; (iv) Escolha Estratégica - foco na análise da estratégia empresarial global; e (v) Redes de Empresas - foco na análise da interação entre empresas e instituições. O conhecimento das semelhanças e diferenças entre essas teorias pode ajudar os gestores a escolher a abordagem mais adequada para as necessidades específicas do negócio, considerando fatores como o ambiente competitivo, as vantagens internas, as características do produto e as redes de empresas (clusters).

ABSTRACT

The knowledge of International Business Theories is important to understand the various approaches to organizational analysis and decision-making in a global context. Based on a literature review, this article discusses some of the main theories of internationalization. The overall objective of the article is to conduct a comparative analysis of five of the main theories of international business currently in use. This study considers the focus of each theory, namely: (i) Comparative Advantage - focus on analyzing comparative and competitive advantages; (ii) Product Life Cycle - focus on market dynamics and competition over time; (iii) Dunning Model - focus on analyzing international business; (iv) Strategic Choice - focus on analyzing global business strategy; and (v) Business Networks - focus on analyzing the interaction between companies and institutions. Understanding the similarities and differences between these theories can help managers choose the most appropriate approach for the specific needs of the business, considering factors such as the competitive environment, internal advantages, product characteristics, and business networks (clusters).

1. INTRODUÇÃO

Os negócios internacionais se referem as transações comerciais entre organizações de diferentes países, ou entre uma organização de um país e clientes ou fornecedores de outros países. Essas transações podem

envolver a compra e venda de bens e serviços, investimentos diretos em outros países, acordos de joint venture, fusões e aquisições outras formas de colaboração empresarial transnacional.

Os negócios internacionais envolvem lidar com diferenças culturais, regulamentares, linguísticas e econômicas entre os países. Isso inclui, por exemplo, entender as leis e os regulamentos de cada país, a adaptação de produtos e serviços às necessidades e preferências locais, e a gestão de riscos cambiais e políticos. Tais negócios são muito importantes, sobretudo com o advento da globalização, onde as empresas buscam expandir seus mercados e competir em escala global. Com a tecnologia e a comunicação facilitando a conexão entre pessoas e entre as organizações em todo o mundo, o comércio internacional é agora uma parte vital da economia mundial.

A base norteadora dos negócios internacionais encontra-se bastante evoluída já que, negociações entre empresas de diferentes países veem ocorrendo há séculos. Nesse sentido, além de diferentes casos históricos como a rota da seda, comércio de pimenta e outras especiarias, tem-se registro de teorias que buscam explicar a existência de relações internacionais, e sua tipificação, há mais de 200 anos.

As teorias da internacionalização das empresas são importantes porque evidenciam as principais características que as empresas utilizadas para buscar explicar o porquê e o como se relacionam com o mercado externo, o que geralmente ocorre com base na busca contínua por ganhos financeiros e por influência para o negócio.

1.1 Tema

A importância de cinco das mais comuns teorias da internacionalização das empresas.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Realizar uma análise destacando os aspectos centrais e as distinções entre cinco das principais teorias da internacionalização das empresas.

1.2.2 Objetivos específicos

- Apresentar conceitualmente as teorias: (a) Teoria da vantagem comparativa, proposta por David Ricardo em 1817; (b) Teoria do ciclo de vida do produto, proposta por Raymond Vernon em 1966; (c) Teoria do modelo de Dunning, proposta por John Dunning em 1977; (d) Teoria da escolha estratégica, proposta por John H. Dunning e Peter Buckley em 1998; (e) Teoria da rede de empresas, proposta por Michael Porter em 1990.

- Mostrar os principais aspectos e as distinções entre as teorias: (a) Teoria da vantagem comparativa; (b) Teoria do ciclo de vida do produto; (c) Teoria do modelo de Dunning; (d) Teoria da escolha estratégica; (e) Teoria da rede de empresas.

1.3 Metodologia

Esse estudo é uma revisão da literatura, portanto, toma como base alguns dos principais autores, e suas publicações, sobre o tema “teorias da internacionalização das empresas” isso no tocante a cinco das principais teorias utilizadas atualmente: (a) Teoria da vantagem comparativa, (b) Teoria do ciclo de vida do produto, (c) Teoria do modelo de Dunning, (d) Teoria da escolha estratégica, (e) Teoria da rede de empresas

A revisão da literatura é uma metodologia amplamente utilizada em pesquisa científica pois envolve a busca, seleção, análise e síntese de informações e conhecimentos disponíveis sobre um determinado tema ou problema.

A revisão da literatura é um processo que envolve várias etapas, e que foram utilizadas neste estudo, são elas: identificação do tema (primeiro passo do processo de pesquisa); busca por fontes de informação relevantes sobre o tema; seleção das fontes mais relevantes que dão suporte a abordagem pretendida no estudo; extração das informações das fontes (autores) de forma concisa, revelando conceitos, explicações, ideias e críticas; geração de reflexões, sínteses, portanto, da análise crítica com base nas publicações consideradas no estudo e na interpretação do autor dessa pesquisa (por isso o uso de citações e referências é considerado muito importante nesse tipo de estudo); e, por fim, a redação do texto de forma a mostrar coerentemente os conceitos e apreciações, bem como, promover compreensão lógica, didática e coerente baseada no objetivo geral, até que se chegue as considerações finais de forma substancial.

1.4 Justificativa

Ao realizar uma revisão sistemática da literatura, considerando a cronologia de cada uma das teorias abordadas aqui, torna-se possível gerar aprofundamento conceitual sobre o entendimento e a aplicação das principais teorias de internacionalização dos negócios, o que, deve levar ao desenvolvimento do senso crítico dos gestores, e demais interessados, que buscam compreender os principais aspectos relevantes e necessários para a ação organizacional além fronteira, no bojo das semelhanças e distinções dentre os negócios e entre cada um dos mercados em que se considera atuar. Portanto, esse é a justifica maior desse estudo, mas claro, poderiam ainda ser considerados:

- Ampliação do conhecimento sobre os processos de internacionalização dos negócios;
- Ampliar o interesse e conhecimentos sobre a existência das teorias da internacionalização das empresas;

- Estimular a discussão sobre o que cada teoria, aqui abordada, tem em comum e no que elas se diferenciam, gerando o saber sobre suas respectivas aplicações e alcance no cotidiano dos negócios.

2. TEORIAS DA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

As teorias da internacionalização das empresas buscam explicar como as empresas decidem expandir suas atividades além das fronteiras nacionais e como elas operam em diferentes países. Existem várias teorias sobre a internacionalização das empresas, cada uma com sua própria ênfase e perspectiva, nesse estudo teórico, cinco teorias foram selecionadas para análise, considerando suas semelhanças e distinções.

A seguir, são apresentadas a síntese de cada uma das cinco teorias da internacionalização das empresas analisadas aqui:

- **Teoria da Vantagem Comparativa:** essa teoria, proposta por David Ricardo em 1817, defende que as empresas se internacionalizam para aproveitar vantagens comparativas em relação a outros países, como recursos naturais, mão de obra qualificada ou tecnologia.
- **Teoria do Ciclo de Vida do Produto:** essa teoria, proposta por Raymond Vernon em 1966, argumenta que as empresas se internacionalizam à medida que seus produtos amadurecem e enfrentam maior concorrência no mercado interno. Nesse caso, a internacionalização serve para prolongar a vida útil do produto.
- **Modelo de Dunning (Teoria da internacionalização):** essa teoria, proposta por John Dunning em 1977, considera que as empresas se internacionalizam para aproveitar vantagens específicas de propriedade, como patentes, marcas registradas ou conhecimento técnico. Além disso, a teoria de Dunning argumenta que as empresas também se internacionalizam para aproveitar vantagens de localização e vantagens de internalização.
- **Teoria da Escolha Estratégica:** essa teoria, proposta por John H. Dunning e Peter Buckley em 1998, argumenta que as empresas podem escolher diferentes estratégias de internacionalização, dependendo das suas necessidades e objetivos específicos. As estratégias incluem exportação, joint ventures, fusões e aquisições, entre outras.
- **Teoria da Rede de Empresas:** essa teoria, proposta por Michael Porter em 1990, argumenta que as empresas se internacionalizam para fazer parte de redes globais de empresas que fornecem acesso a novos mercados, tecnologias e recursos.

Quadro 1: Síntese das teorias da internacionalização das empresas

Nome da teoria:	Autor(es):	Ano:	Proposta / motivo da internacionalização das empresas:
-----------------	------------	------	--

Teoria da Vantagem Comparativa	David Ricardo	1817	Aproveitar de vantagens comparativas em relação a outros países, como recursos naturais, mão de obra qualificada ou tecnologia.
Teoria do Ciclo de Vida do Produto	Raymond Vernon	1966	Aproveitar o mercado externo, à medida que seus produtos amadurecem e enfrentam maior concorrência no mercado interno, isso como possibilidade de prolongar a vida útil do produto.
Modelo de Dunning (Teoria da Internacionalização)	John Dunning	1977	Aproveitar vantagens específicas de propriedade, como patentes, marcas registradas ou conhecimento técnico. Além disso, para aproveitar vantagens de localização e vantagens de internalização.
Teoria da Escolha Estratégica	John H. Dunning e Peter Buckley	1998	Aproveitar da possibilidade de escolher diferentes estratégias de internacionalização, dependendo das suas necessidades e objetivos específicos. As estratégias incluem exportação, joint ventures, fusões e aquisições etc.
Teoria da Rede de Empresas (Clusters)	Michael Porter	1990	Aproveitar da oportunidade de fazer parte de redes globais de empresas que fornecem acesso a novos mercados, tecnologias e recursos.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Ricardo (1817), Vernon (1966), Dunning (1977), Dunning e Buckley (1997) e Porter (1980, 1993 e 1998).

Essas são apenas algumas das teorias que buscam explicar por que as empresas se internacionalizam e como elas operam em diferentes países. Cada teoria tem suas próprias vantagens e limitações, e muitas empresas podem seguir várias teorias em diferentes momentos de sua história de internacionalização, por isso, quanto mais se sabe sobre as possibilidades (formas) de internacionalização, maiores são as chances de construir relações internacionais viáveis e proporcionais a cada negócio.

Autores como Peng (2020), Buckley e Ghauri (2020), Rugman (2020), Lou (2021), Enderwick (2021) e Czinkota E Ronkainen (2021) discutem aspectos atuais do processo de internacionalização das empresas, com evidentes fundamentos nas cinco teorias consideradas nesse estudo. Em geral, todos eles tratam do processo de internacionalização a luz da compreensão das estratégias que as empresas devem desenvolver com base em suas capacidades competitivas e das características de cada mercado onde pretendem atuar.

A seguir, cada uma das teorias abordadas aqui é apresentada com mais profundidade, e algumas importantes comparações entre elas são feitas.

2.1 Teoria da Vantagem Comparativa

A teoria da vantagem comparativa, de David Ricardo (1817), é uma das teorias clássicas da internacionalização das empresas. Ela busca explicar por que os países se especializam na produção de determinados bens e serviços, e como isso pode levar ao comércio internacional. Segundo Ricardo (1817), a vantagem comparativa de um país na produção de determinado bem ou serviço é determinada pela sua capacidade de produzir esse bem ou serviço com um custo de oportunidade mais baixo em relação a outros países. Em outras palavras, um país deve se especializar na produção de bens e serviços que possa produzir com mais eficiência e menor custo de oportunidade em relação aos outros países, e importar bens e serviços que outros países possam produzir com maior eficiência e menor custo de oportunidade.

Por exemplo, se um país é mais eficiente na produção de carros e outro país é mais eficiente na produção de eletrônicos, o primeiro país deve se especializar na produção de carros e importar eletrônicos do segundo país. Dessa forma, ambos os países podem se beneficiar do comércio internacional, pois cada um produzirá e consumirá bens e serviços que pode produzir de forma mais eficiente e a um custo mais baixo.

A teoria da vantagem comparativa de Ricardo é baseada na ideia de que o comércio internacional pode ser benéfico para todos os países envolvidos, pois permite que cada país se especialize na produção de bens e serviços em que possui vantagens comparativas, aumentando a eficiência e reduzindo os custos de produção.

2.2 Teoria do Ciclo de Vida do Produto

A teoria do ciclo de vida do produto, de Raymond Vernon (1966), é outra das teorias clássicas da internacionalização das empresas. Ela busca explicar por que as empresas decidem expandir suas operações para outros países ao longo do tempo, e como essa decisão está relacionada ao ciclo de vida dos produtos que elas produzem.

Segundo Vernon (1966), os produtos passam por três fases distintas ao longo do seu ciclo de vida: (i) a fase de inovação, (ii) a fase de crescimento e (iii) a fase de maturidade. Na fase de inovação, o produto é geralmente jovem e inovador, e sua produção é realizada principalmente no país em que a empresa está sediada. Na fase de crescimento, o produto se torna mais popular e a produção pode se expandir para outros países mais facilmente. Na fase de maturidade, a produção se estabiliza e pode até mesmo diminuir, e a empresa pode decidir se concentrar em outros produtos ou mercados.

Segundo Johanson e Vahlne (1977) e Bilkey (1978) essa teoria, a decisão de expandir para outros países está relacionada à fase de crescimento do ciclo de vida do produto, ou seja, caso o produto comece a se tornar mais popular em outros países, a empresa pode decidir expandir suas operações para aproveitar as oportunidades de mercado. Além disso, a empresa pode buscar expandir suas operações para outros países para se proteger da concorrência de empresas estrangeiras que estão produzindo produtos similares.

Ao propor essa teoria, Vernon (1966), argumentou que as empresas americanas foram as primeiras a expandir suas operações para outros países na década de 1950 e 1960, pois os Estados Unidos eram líderes mundiais em inovação tecnológica na época. As empresas americanas estavam desenvolvendo e fabricando produtos inovadores que eram rapidamente adotados em todo o mundo, o que criou oportunidades de mercado para elas se expandirem internacionalmente.

2.3 Modelo de Dunning (Teoria da Internalização)

O Modelo de Dunning (1977), conhecida ainda como a Teoria da Internacionalização, de John Dunning foi proposta pelo pesquisador para explicar por que algumas empresas escolhem se internacionalizar enquanto outras permanecem apenas no mercado doméstico. De acordo com essa teoria/modelo, há três fatores principais que levam uma empresa a se internacionalizar: vantagem proprietária, localização e vantagem de internalização. Eles podem ser assim explicados:

- **Vantagem proprietária:** uma empresa deve ter uma vantagem competitiva exclusiva em seus produtos ou serviços em relação aos concorrentes. Essa vantagem pode ser de natureza tecnológica, de patentes, de marca registrada, de habilidades gerenciais, de recursos financeiros, entre outras.
- **Localização:** o país ou região escolhidos para se expandir devem oferecer oportunidades de mercado que a empresa não tem em seu mercado doméstico, como recursos naturais, mão de obra qualificada, acesso a novas tecnologias, infraestrutura e/ou políticas favoráveis.
- **Vantagem de internalização:** quando uma empresa possui vantagens proprietárias, ela deve decidir se é melhor se expandir por meio de exportação ou investimento direto no exterior. A vantagem de internalização ocorre quando a empresa opta por investir diretamente em outra região ou país para controlar melhor seus recursos e ter maior controle sobre suas operações.

De acordo com Dunning (1977) os três fatores precisam estar presentes simultaneamente para que uma empresa decida se internacionalizar, por isso, e aplicado dessa forma eles caracterizam o modelo um modelo de internacionalização. Senso assim, a empresa deve ter uma vantagem proprietária única, o país ou região escolhidos devem oferecer oportunidades de mercado que a empresa não tem em seu mercado doméstico, e a ela deve decidir se é mais vantajoso expandir-se por meio de exportação ou de investimento direto no exterior.

O Modelo de Dunning é amplamente utilizado para explicar as decisões dos gestores sobre a internacionalização ou não das empresas, e figura como um dos mais recorrentes meios de embasar tal decisão ainda hoje. Rugman e Verbeke (1993), corroboram Dunning (1977) ao discutirem a ideia de que a busca por soluções transnacionais pode ser vista como uma forma de reduzir os custos de transação envolvidos nas operações internacionais das empresas.

2.4 Teoria da Escolha Estratégica

A Teoria da Escolha Estratégica de Dunning e Buckley (1997) é uma evolução da teoria do Modelo de Dunning (1977). Eles argumentam que a escolha de uma empresa para se internacionalizar depende de sua estratégia empresarial global e da interação entre a vantagem proprietária, localização e vantagem de internalização.

De acordo com a Teoria da Escolha Estratégica, a vantagem proprietária é uma condição necessária para a internacionalização, mas não é suficiente. Sendo assim, a empresa deve escolher a melhor estratégia global que permita aproveitar ao máximo sua vantagem proprietária, de acordo com a análise de oportunidades e ameaças internas e externas.

Além disso, a localização e a vantagem de internalização são consideradas em termos de escolha estratégica. A empresa deve decidir onde expandir e como fazer isso, levando em consideração não apenas as oportunidades de mercado, mas ainda as estratégias adotadas pelos concorrentes, as condições políticas, econômicas e culturais do país ou região escolhidos e as capacidades da empresa em termos de recursos financeiros, gerenciais e tecnológicos ao buscar se internacionalizar, sendo essa uma condição fundamental.

Dunning e Buckley (1997) destacam que a escolha estratégica de uma empresa é influenciada pela interação entre esses fatores, que podem ter diferentes pesos e impactos em diferentes momentos. Por exemplo, a vantagem de internalização pode ser mais importante para uma empresa que já possui uma posição de liderança em seu mercado doméstico, enquanto a localização pode ser mais importante para uma empresa que ainda está se estabelecendo em um mercado global.

Porter (1980) considera que a teoria da escolha estratégica enfatiza que a internacionalização é uma escolha estratégica complexa que deve ser baseada na análise cuidadosa de todos os fatores relevantes, levando em consideração a vantagem proprietária da empresa, a localização e a vantagem de internalização, e sua estratégia empresarial global.

2.5 Teoria da Redes de Empresas (Cluster)

A teoria da rede de empresas, ou cluster, foi desenvolvida por Michael Porter na década de 1990 e tem como objetivo explicar a importância da interação entre empresas, instituições e outros atores em um determinado setor para a competitividade e o desenvolvimento regional. A teoria baseada em redes é uma abordagem que tem sido aplicada ao estudo da internacionalização das organizações e da estratégia competitiva proposta em 1980.

Deve ficar claro que, além das empresas, os clusters são compostos por outras instituições, como universidades, agências governamentais e associações comerciais. Segundo Porter (1998) essas instituições

desempenham um papel importante no suporte e na promoção do desenvolvimento de clusters, fornecendo recursos e conhecimentos que ajudam a impulsionar a inovação e a competitividade.

Essa abordagem considera que as organizações são vistas como entidades interdependentes, que operam em um ambiente de negócios em constante transformação, com isso, o sucesso da internacionalização de um negócio depende da sua capacidade de construir e gerenciar uma rede de relacionamentos com os outros negócios (organizações).

De acordo com a teoria, as empresas tendem a se agrupar geograficamente em um determinado setor ou região porque isso traz benefícios para todas as empresas envolvidas. As empresas em um cluster compartilham conhecimentos, tecnologias e recursos, e colaboram em projetos e iniciativas conjuntas. Isso gera uma série de externalidades positivas, como o aumento da eficiência produtiva, a inovação e a melhoria da qualidade dos produtos e serviços. Para Porter (1980 e 1993) quando as organizações que são capazes de construir uma rede de relacionamentos bem-sucedida elas conquistam uma vantagem competitiva sobre aquelas que não o fazem. A rede de relacionamentos pode incluir fornecedores, clientes, concorrentes, associações comerciais, órgãos reguladores e outros atores importantes do ambiente de negócios. Esses relacionamentos podem fornecer às empresas acesso a recursos e informações valiosas, bem como oportunidades de negócios e de aprendizado.

Porter (1998) argumenta que os clusters são formados por três tipos de empresas: empresas de base, empresas relacionadas e empresas de suporte. As empresas de base são aquelas que são responsáveis pelo núcleo da produção do setor, enquanto as empresas relacionadas fornecem bens e serviços complementares e as empresas de suporte oferecem serviços auxiliares, como logística e tecnologia da informação.

Os autores Powell e Smith-Doerr (1994) e Gulati, Nohria e Zaheer (2000) fazem crescer o valor para o conhecimento de que a internacionalização de uma organização não é um processo linear ou isolado, mas sim um processo complexo e interdependente e que depende de boa estratégia de relacionamento das empresas. As organizações devem considerar tanto os fatores internos quanto os fatores externos ao decidir sobre sua estratégia de internacionalização. Por exemplo, elas devem considerar a cultura, a política e as práticas comerciais do país de destino, bem como sua própria cultura, recursos e capacidades. Essa teoria tem sido amplamente aplicada em políticas públicas e estratégias empresariais em todo o mundo, já que ela enfatiza a importância da colaboração e da cooperação entre empresas, instituições e governos para promover o desenvolvimento econômico e a competitividade em um determinado setor ou região.

Em síntese, a teoria baseada em redes enfatiza a importância da construção e gestão de relacionamentos interorganizacionais bem-sucedidos para o sucesso da internacionalização dos negócios. As organizações que conseguem construir e gerenciar uma rede de relacionamentos eficaz podem obter acesso a recursos valiosos e oportunidades de negócios, o que pode contribuir para o seu sucesso no mercado internacional. O argumento de Porter (1998) destaca que um cluster pode ter diversas vantagens competitivas sobre outras regiões, já que

o ambiente empresarial local se torna mais favorável para as empresas envolvidas neste cluster, segundo essa visão, as empresas compartilhar recursos, conhecimentos e experiências, o que as ajudam a reduzir custos e a aumentar a eficiência operacional.

3. ANÁLISES COMPARATIVA

O quadro a seguir sintetiza as características centrais de cada uma das teorias analisadas nesse estudo. Partindo dessa consideração, uma análise necessária é o apontamento de algumas das distinções entre as teorias, isso para contribuir com o leitor, logo com os interessados na compreensão da utilização das teorias da internacionalização. Veja o quadro:

Quadro 2: Características centrais de cada teoria da internacionalização abordada nesse estudo.

Teorias:	Características centrais de cada teoria:
Teoria da Vantagem Comparativa	De acordo com essa teoria cada país deve se especializar na produção de bens e serviços em que possui vantagens comparativas, aumentando a eficiência e reduzindo os custos de produção.
Teoria do Ciclo de Vida do Produto	De acordo com essa teoria a decisão de expandir para outros países está relacionada à fase de crescimento do ciclo de vida do produto, ou seja, caso o produto comece a se tornar mais popular em outros países, a empresa pode decidir expandir suas operações para aproveitar as oportunidades de mercado.
Modelo de Dunning (Teoria da Internalização)	De acordo com esse modelo é necessário que haja três fatores concomitantemente para levar uma empresa a se internacionalizar: vantagem proprietária, localização e vantagem de internalização.
Teoria da Escolha Estratégica	De acordo com essa teoria a internacionalização é uma escolha estratégica complexa que deve ser baseada na análise cuidadosa de todos os fatores relevantes, levando em consideração a vantagem proprietária da empresa, a localização e a vantagem de internalização, e sua estratégia empresarial global.
Teoria da Redes de Empresas	De acordo com essa teoria o sucesso da internacionalização de um negócio depende da sua capacidade de construir e gerenciar uma rede de relacionamentos (clusters) com os outros negócios (organizações e instituições).

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Ricardo (1817), Vernon (1966), Dunning (1977), Dunning e Buckley (1997) e Porter (1980, 1993 e 1998).

Veja, no próximo subitem, algumas das considerações comparativas entre as teorias, ou seja, o que elas apresentam com algum grau de semelhança ou como diferença. A finalidade é elucidar que, cada uma das

teorias é, competente em sua proposta, ao passo que, compará-las geral maior maturidade analítica sobre, como praticar a internacionalização de um negócio.

3.1 Semelhanças Entre as Teorias

Quadro 3: Foco das teorias e semelhança geral.

Teorias:	Foco de cada teoria:	Semelhança geral:
Vantagem Comparativa.	Foco na análise das vantagens comparativas e competitivas.	Análise do ambiente externo, concorrência, mercado e recursos na busca de oportunidade e justificativa.
Ciclo de Vida do Produto.	Foco na dinâmica do mercado e da competição durante o tempo.	
Modelo de Dunning.	Foco na análise da internacionalização das empresas.	
Escolha Estratégica.	Foco na análise da estratégia empresarial global	
Redes de Empresas de Porter.	Foco na análise da interação entre empresas e instituições.	

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Ricardo (1817), Vernon (1966), Dunning (1977), Dunning e Buckley (1997) e Porter (1980, 1993 e 1998).

As teorias apresentadas têm algumas claras semelhanças entre si, o que parece natural, dado que o seu objetivo maior é verificar a capacidade de as empresas atuarem internacionalmente e o que precisa para fazer isso. Sendo assim, algumas de suas características semelhantes são:

- Todas elas estão relacionadas ao ambiente empresarial e à competição em mercados internacionais ou locais.
- Todas elas envolvem a análise do ambiente externo e da concorrência, bem como da disponibilidade de recursos.

A Teoria da Vantagem Comparativa, a Teoria do Ciclo de Vida do Produto e o Modelo de Dunning têm foco na análise das vantagens comparativas e competitivas das empresas, seja em relação aos recursos, seja em relação aos mercados. Já a Teoria da Escolha Estratégica de Dunning e Buckley enfatiza a análise da estratégia empresarial global, enquanto a teoria da rede de empresas de Porter enfoca a interação entre empresas e instituições para promover a competitividade e o desenvolvimento regional por meio da formação de clusters.

No geral, essas teorias têm como objetivo entender como as empresas podem se posicionar em mercados competitivos, seja por meio de vantagens comparativas, estratégias empresariais eficazes ou interação com outras empresas e instituições em clusters regionais.

3.2 Diferenças Entre as Teorias

Quadro 4: Foco nas diferenças das teorias estudadas.

Teorias:	Tipificações das teorias que as distinguem:
Vantagem Comparativa.	Ênfase na análise das vantagens comparativas de um país em relação a outros países, ela enfatiza a especialização em determinados setores para a competitividade em nível global.
Ciclo de Vida do Produto.	Ênfase na análise da dinâmica dos produtos ao longo do tempo, desde o lançamento até a maturidade e a possível saturação do mercado.
Modelo de Dunning.	Ênfase na análise do processo de internacionalização das empresas, ela enfatiza a importância da internalização de recursos e competências.
Escolha Estratégica.	Ênfase na análise da estratégia empresarial global e a escolha entre diferentes modos de entrada em mercados internacionais como fator essencial para o sucesso da iniciativa externa.
Redes de Empresas de Porter.	Ênfase na análise da interação entre empresas, instituições e outros atores em um determinado setor ou região, ela enfatiza a importância da colaboração e cooperação.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Ricardo (1817), Vernon (1966), Dunning (1977), Dunning e Buckley (1997) e Porter (1980, 1993 e 1998).

As teorias apresentadas no quadro acima têm diferenças significativas entre si. A Teoria da Vantagem Comparativa analisa as vantagens de um país em relação a outros países em termos de recursos, especialização e competitividade em nível global. A Teoria do Ciclo de Vida do Produto analisa a dinâmica dos produtos ao longo do tempo e como essa dinâmica afeta a competitividade da empresa.

O Modelo de Dunning enfoca o processo de internacionalização das empresas e a importância da internalização de recursos e competências. A Teoria da Escolha Estratégica enfatiza a escolha entre diferentes modos de entrada em mercados internacionais e a estratégia empresarial global.

Finalmente, a Teoria das Redes de Empresas, de Porter, enfoca a interação entre empresas, instituições e outros atores em um determinado setor ou região, enfatizando a importância da colaboração e cooperação para promover a competitividade e o desenvolvimento regional.

Portanto, cada teoria enfatiza uma perspectiva diferente sobre como as empresas podem se posicionar em mercados competitivos, desde a análise de vantagens comparativas até a importância da colaboração e cooperação em clusters regionais.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo das teorias da Vantagem Comparativa, Ciclo de Vida do Produto, Modelo de Dunning, Escolha Estratégica e Redes de Empresas é fundamental para entender como as empresas podem se posicionar em mercados competitivos e, assim, alcançar um desempenho superior em suas no cenário internacional e local. Senso assim, tem-se no quadro a seguir a importância de cada uma das teorias estudadas.

Quadro 5: Síntese da importância das teorias da internacionalização estudadas

Teorias:	Síntese da importância de cada teoria:
Vantagem Comparativa	É importante para entender como as empresas podem se especializar em setores em que têm vantagens em relação a outros países, aproveitando recursos e competências específicos.
Ciclo de Vida do Produto	É importante ao permite que as empresas entendam como a dinâmica dos produtos evolui ao longo do tempo e como isso afeta sua competitividade.
Modelo de Dunning	É importante para entender como as empresas podem se internacionalizar e se beneficiar da internalização de recursos e competências.
Escolha Estratégica	É importante ao ajudar a empresa a escolher a melhor estratégia para entrar em mercados internacionais e competir globalmente.
Redes de Empresas	É importante para entender como as empresas podem se beneficiar da cooperação e colaboração com outras empresas, instituições e atores em um determinado setor ou região.

Fonte: Elaborado pelos autores.

O estudo dessas teorias é crucial para que as empresas possam competir em nível global, aproveitando vantagens comparativas, adaptando-se às mudanças na dinâmica dos produtos e aos desafios da internacionalização, e cooperando com outras empresas para promover a competitividade e o desenvolvimento regional.

Portanto, saber sobre as diferenças entre tais teorias é importante para que as empresas possam compreender as diferentes abordagens teóricas e aplicá-las de forma prática, e de maneira estratégica em suas atividades cotidianas. Nesse sentido, a compreensão das diferenças entre essas teorias permite às empresas avaliarem quais abordagens teóricas são mais relevantes para sua situação específica, e permite ainda adaptar sua estratégia de acordo com as suas necessidades e/ou planos.

Por exemplo, uma empresa que busca expandir suas operações internacionalmente pode se beneficiar da compreensão do Modelo de Dunning e da Teoria da Escolha Estratégica para tomar decisões por estarem bem-informadas sobre sua entrada em novos mercados.

Outro fator relevante é que, ao compreender as diferenças entre cada uma das teorias da internacionalização as empresas podem identificar as lacunas de seu processo de atuação em outros países,

buscando com isso, antecipar e evitar problemas da operação internacional, bem como melhorar o aproveitamento das potencializadas que o negócio possui e justificam a iniciativa de competir globalmente.

Cada uma dessas teorias oferece uma abordagem diferente para a análise e estratégia de negócios. Compreender suas semelhanças e diferenças significa compreender como cada teoria pode ser aplicada em diferentes situações, e com isso, escolher a melhor abordagem para a situação específica de uma dada organização. Com isso, lembre-se que:

- A Teoria da Vantagem Comparativa, enfatiza a importância da especialização e do comércio internacional entre países. Essa teoria é útil para empresas que desejam identificar as vantagens comparativas em relação a outros países e, assim, desenvolver uma estratégia de comércio internacional.
- A Teoria do Ciclo de Vida do Produto, sugere que um produto passa por diferentes estágios ao longo do tempo, desde o desenvolvimento até a maturidade e declínio. Essa teoria é útil para empresas que desejam entender como a dinâmica do mercado afeta a competitividade de seus produtos e, assim, adaptar sua estratégia de acordo.
- O Modelo de Dunning, destaca a importância da internalização de recursos e competências para a internacionalização de empresas. Essa teoria é útil para empresas que desejam expandir suas operações internacionalmente, adquirindo recursos e competências para aumentar sua competitividade.
- A Teoria da Escolha Estratégica, enfatiza a importância da análise cuidadosa e da escolha estratégica antes de entrar em novos mercados. Essa teoria é útil para empresas que desejam tomar decisões informadas sobre sua entrada em novos mercados, avaliando as oportunidades e os riscos.
- A Teoria das Redes de Empresas é importante para empresas que desejam cooperar com outras empresas, instituições e atores em um determinado setor ou região, visando promover a competitividade e o desenvolvimento regional.

Enfim, ao compreender as diferenças entre essas teorias, as empresas podem avaliar qual abordagem teórica é mais relevante para sua situação específica e adaptar sua estratégia de acordo com essa abordagem. Isso pode ajudar a melhorar sua capacidade de competir globalmente e buscar oportunidades de crescimento e desenvolvimento, e ainda evitar erros ou falhas no processo de investimento além-fronteira.

Declaração de conflito de interesse:

Os autores declaram não haver conflito de interesse.

REFERÊNCIAS

- BILKEY, W. J. An Attempted Integration of the Literature on the Export Behavior of Firms. *Journal of International Business Studies*, v.9, n.1, p.33-46, Spring/Summer 1978.
- BUCKLEY, P. J.; GHAMRI, P. N. *Handbook of International Business*. 2 ed. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2020.
- CZINKOTA, M. R.; RONKAINEN, I. A. *Global Business*. 5 ed. New York: Routledge, 2021. DUNNING, J. H. *Trade, Location of Economic Activity, and the Multinational Enterprise: A Search for an Eclectic Approach*. London: G. Bell & Sons, 1977.
- DUNNING, J. H.; BUCKLEY, P. J. *The Theory of the Multinational Enterprise: The Selected Scientific Papers of John H. Dunning*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 1997.
- ENDERWICK, P. *International Business*. New York: Routledge, 2021.
- GULATI, R.; NOHRIA, N.; ZAHEER, A. Strategic Networks. *Strategic Management Journal*, v. 21, n. 3, p. 203-215, 2000.
- HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. *Strategic Management: concepts and cases: competitiveness and globalization*. 13 ed. Boston: Cengage Learning, 2021.
- JOHANSON, J.; VAHLNE, J. E. The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, v.8, n.1, p.23-32, Spring/Summer 1977.
- LUO, Y. *Global Strategy*. New York: Oxford University Press, 2021.
- PENG, M. W.; MEYER, K. E. *International Business*. 5 ed. Boston: Cengage Learning, 2020. PORTER, M. E. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press, 1980.
- PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva das Nações. Rio de Janeiro: Campus, 1993. PORTER, M. E. Clusters, and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, v. 76, n. 6, p. 77-90, Nov./Dec. 1998.
- POWELL, W. W.; SMITH-DOERR, L. Networks and Economic Life. In: SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R. (Ed.). *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press, 1994. p. 368-402.
- RICARDO, David. *On the Principles of Political Economy and Taxation*. London: John Murray, 1817.
- RUGMAN, A. M.; COLLINSON, S. *International Business*. 8 ed. New York: Pearson, 2020.
- RUGMAN, A. M.; VERBEKE, A. A Note on the Transnational Solution and the Transaction Cost Theory of Multinational Strategic Management. *Journal of International Business Studies*, v.24, n.1, p.135-139, 1993.
- VERNON, R. International Investment, and International Trade in the Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*, v.80, n.2, p.190-207, May 1966.