

CAPÍTULO 3

INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP: ¿NUEVAS EMPRESAS INTERNACIONALES Y/O EMPRESAS NACIDAS GLOBALES?

María Ripollés Meliá

Universitat Jaume I

Martina Menguzzato Boulard

Universitat de Valencia

mripolle@emp.uji.es / Martina.menguzzato@uv.es

INTRODUCCIÓN

Hace solo unas tres o cuatro décadas, la internacionalización era el privilegio de unas cuantas grandes empresas. Intentar entender este fenómeno empresarial, así como el comportamiento de las empresas internacionales, suponía estudiar las grandes multinacionales. Evidentemente, existían algunas PYMEs con actividad internacional (básicamente exportadora), pero, en todo caso, eran la excepción.

Desde entonces, la mundialización de la economía se ha ido afirmando, y, en la actualidad, la tendencia a la globalización de los sectores y mercados¹ se puede considerar como la característica principal del entorno empresarial, así como una “tendencia pesada” de su evolución reciente y futura, en cuanto dicha tendencia parece ser permanente a largo plazo, e incluso irreversible, en la medida que su origen se puede encontrar en la evolución tecnológica (transportes y comunicaciones), y en la evolución cultural de nuestra sociedad (homogeneización de las expectativas de los consumidores), si bien es cierto que un cambio político importante, plasmado en una paralización o retroceso del fenómeno de la desregulación a nivel mundial, podría modificar sensiblemente esta tendencia (Menguzzato, M., 1999).

1. Creemos que aún falta bastante para que los distintos sectores de la economía mundial sean globales, existiendo pocos sectores realmente globales, el resto estando en un estado más o menos avanzado de globalización; y tal vez, no lleguen nunca a ser todos globales.

M. Ripollés Meliá, M. Menguzzato Boulard

Ahora bien, esta creciente globalización de los mercados ha permitido, y a veces obligado la internacionalización de cada vez más empresas, ya no solamente grandes, sino también pequeñas.

En efecto, ya son muchísimas las PYMEs internacionales². De hecho, datos recientes ponen de manifiesto que las PYMEs tienen una participación internacional por lo menos tan importante como la de las grandes empresas. La relación existente entre el tamaño empresarial y la realización de actividades internacionales ha sido objeto de numerosas investigaciones cuyas conclusiones, aunque algunas veces contradictorias, han mostrado que el tamaño de la empresa no influye en su propensión a exportar (Cavusgill, 1980; Bonaccorsi, 1992; Calof, 1993).

Además, está apareciendo un nuevo fenómeno empresarial con un número cada vez más importante de empresas que operan en mercados internacionales desde su creación, las *Internacional New Ventures* (Oviatt y McDougall, 1994).

La existencia de estas empresas internacionales de reciente creación, y su creciente importancia, hace necesario complementar los estudios tradicionales sobre la internacionalización con aportaciones procedentes de la Teoría del *Entrepreneurship*, creándose una nueva línea de investigación, centrada básicamente en su estudio y conocida como *International Entrepreneurship*.

A pesar del reciente interés que ha suscitado esta nueva línea de investigación en la última década, y que ha servido para establecer su reconocimiento y legitimidad académica (Rialp-Criado et al., 2002a), todavía es escasa la comprensión de la internacionalización de este tipo de empresas.

Es por lo que, en este trabajo, mostraremos, en un primer apartado, la importancia creciente del fenómeno del *Internacional Entrepreneurship*, así como la naturaleza distinta de la internacionalización de las empresas de nueva creación, y la insuficiencia de los modelos tradicionalmente utilizados para explicar la internacionalización de las PYMEs.

Ahora bien, en los trabajos pertenecientes a dicha línea de investigación, nos encontramos con una gran variedad terminológica a la hora de referirnos a las empresas internacionales de reciente creación. Esta diversidad de nombres contribuye a crear cierta confusión, y creemos, por tanto, que, para poder progresar en la comprensión de esta realidad empresarial, sería interesante aclarar si las distintas denominaciones representan una misma realidad empresarial, o si, por el contrario, se corresponden con tipos diferentes de empresas.

En los dos apartados siguientes, nos centraremos principalmente en el estudio de las dos denominaciones que han tenido una mayor utilización en la literatura especializada: *International New Ventures*, que traducimos por Nuevas Empresas Internacionales y, *Born Global* que traducimos por Empresas Nacidas Globales.

2. O sea, con una tasa de exportación no esporádica superior al 20-25%, y/o alguna filial extranjera.

INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES

El estudio de la PYME internacional se ha realizado, fundamentalmente, al amparo de los enfoques gradualistas.

Dentro de estos enfoques, resaltamos el modelo de “Uppsala” (Johanson y Valhne, 1977, 1990), así como las aportaciones que consideran la internacionalización como un proceso de innovación en la empresa (Bilkey y Tesar, 1977; Czinkota y Jonhston, 1983; Dichtl, Koeghmayr y Mueller, 1990 y Ogbuehy y Longfellow, 1994).

Estos enfoques consideran que la internacionalización de las PYMEs se desarrolla mediante un proceso gradual, y relacionan la disponibilidad de los recursos necesarios para acometer con éxito la internacionalización de la empresa, con el tamaño empresarial, con la experiencia previa en mercados foráneos y con un proceso secuencial de aprendizaje internacional. Para estos enfoques el concepto de distancia psíquica, (Johanson y Valhne, 1977,1990) está detrás de la naturaleza incremental de la elección geográfica de los mercados a los cuales se dirige la actividad internacional de la empresa.

Según este criterio, la empresa inicia sus actividades internacionales en aquellos países que le sean más cercanos culturalmente, siendo así la incertidumbre percibida y el riesgo de fracaso menores. Además, la empresa va penetrando poco a poco en los países elegidos, utilizando modos de entrada que implican un aumento progresivo del grado de compromiso de los recursos en estos nuevos mercados.

La validez general de estos modelos ha sido confirmada por múltiples estudios empíricos, en distintos países, inclusive España³, pero también ha sido cuestionada.

Entre otras críticas, se argumenta que estos modelos, especialmente el modelo de Uppsala, no explica las razones que inducen a las empresa a iniciar su proceso de internacionalización, ni el por qué, ni el cómo del paso de una fase a otra (Renau, 1996). También se tacha de tautológica la relación entre los recursos comprometidos en diferentes mercados y el compromiso internacional de la empresa en los mismos (Andersen, 1993); o se le reprocha que la única variable explicativa de la internacionalización de la empresa es el conocimiento que tiene la empresa de los distintos mercados (Andersen, 1993).

Ahora bien, en este trabajo, es la merma de utilidad del concepto de distancia psíquica, a consecuencia de la homogeneización de los mercados (Johanson y Vahlne, 1990), y la aceleración de los movimientos estratégicos de las empresas, resultante de la globalización de la economía, lo que nos llama la atención.

Así, consideramos que las empresas, que desde su creación tienen una proyección internacional transgreden los principales supuestos en los que se basan los enfoques gradualistas, que no sirven para explicar cómo obtienen estas

3. Al respecto, ver Pla, J (1998).

M. Ripollés Meliá, M. Menguzzato Boulard

empresas los recursos tangibles e intangibles necesarios para acometer con éxito su temprana internacionalización.

En efecto, en las nuevas empresas internacionales, los recursos necesarios para realizar con éxito su temprana internacionalización no se derivan de su tamaño, ni de la experiencia previa a través de la presencia física de las mismas en los mercados foráneos.

El crecimiento de la importancia de este tipo de empresas que se crean con proyección internacional es muy significativo: el 7% de las empresas que se creaban antes de 1960 podían considerarse empresas internacionales desde el momento de su creación⁴ y, a partir de finales de los 80, el porcentaje de las mismas pasa a ser del 50% (Rialp-Criado et al., 2002a). Además, tal y como señalan Knight y Cavusgil (1996) no se trata de un tipo de empresas específico de determinados países, encontrándose numerosos ejemplos de empresas internacionales de reciente creación en países como Australia, EEUU, España, Suiza, Irlanda, Nueva Zelanda, Reino Unido, Alemania, Francia, Israel, Dinamarca, Noruega o Finlandia. Por lo que estamos ante un fenómeno con dimensiones universales.

Se trata pues de un nuevo fenómeno empresarial que no podemos ignorar, y que requiere ser explicado.

En unos estudios pioneros en España, y centrados en la comprensión de este fenómeno empresarial, a partir de una muestra de empresas internacionales de reciente creación españolas, se utiliza y se desarrolla el concepto de intensidad empresarial para explicar la naturaleza de estas empresas (Ripollés, Menguzzato, e Iborra, 1999) y, además, se muestra que las redes de relaciones del empresario con distintos agentes de su entorno económico y social constituyen una importante fuente de recursos para llevar a cabo su temprana internacionalización⁵ (Iborra, Menguzzato, y Ripollés, 1998; Ripollés, Menguzzato, e Iborra, 2002).

Ahora bien, este tipo de empresas ha sido acuñado con diversos términos utilizados por la mayoría de estudiosos como sinónimos unos de otros. Por ejemplo, Loustarinen y Gabrielson (2002), y Lipsanen (2002) han identificado, los siguientes términos: *High technology start-ups*, *Global Start-up*, *Born globals*, *International New Ventures*, *New technology-based firms*, *Gazelles*, *Born internationals*, *Instant Internationals*, y aún se pueden encontrar otros como *Internacional Entrepreneurs*, *Infant Internationals*, etc.

Tan solo observando la cantidad de “etiquetas” que se le asignan al objeto de estudio del *Internacional Entrepreneurship*, es evidente que no existe un consenso

4. Si bien, tal y como afirman Oviatt y McDougall (1994) en uno de sus primeros estudios, ya en el S. XIX se pueden encontrar algunas de estas empresas, pero el fenómeno de las empresas multinacionales eclipsó este tipo de empresas y su estudio cayó en el olvido. Por su parte, Mudambi (2000) también confirma lo anterior. Es más, cita un tipo de empresas denominadas “free-standing” que son consideradas como los antepasados de las empresas internacionales de reciente creación.

5. En este estudio, la internacionalización se produce durante los 3 primeros años de vida.

International entrepreneurship: ¿nuevas empresas internacionales...

al respecto por parte de los autores. Pero, también es cierto que no todas las denominaciones son igualmente utilizadas.

De hecho, unas tienen una mayor aceptación que otras. Así, los términos más utilizados son el de *Internacional New Ventures*, *Born Globals* y *High Technology Start-Ups*, si bien esta última denominación ciñe claramente la realidad estudiada al caso concreto de empresas de alta tecnología.

Veamos pues si los términos nuevas empresas internacionales y empresas nacidas globales, representan dos realidades socio-económicas idénticas o dos realidades distintas?. En la literatura actual existen indicios que nos hacen pensar que se trata de dos términos que recogen realidades diferenciadas.

NUEVAS EMPRESAS INTERNACIONALES

Un gran número de estudiosos achacan, como es lógico, la aparición del fenómeno estudiado a los cambios en el escenario internacional, apuntando a la globalización como el principal elemento impulsador de las nuevas empresas internacionales. La definición más aceptada de estas empresas es aquella enunciada por Oviatt y McDougall (1994) quienes definen las *International New Ventures* como: “*una organización empresarial que, desde el principio, busca obtener ventajas competitivas del uso de recursos y de la venta de productos en múltiples países. La característica esencial de este tipo de empresas es que sus orígenes son internacionales, como se puede demostrar con el compromiso de sus recursos (materiales, recursos humanos, financiación,...) en más de una nación*”.

En España, en los trabajos de Ripollés, Menguzzato e Iborra, se propone utilizar el término, en español, de Nuevas Empresas Internacionales para denominar empresas que, en un periodo inferior o igual a 3 años desde el momento de su creación, se pueden considerar internacionales.

Así mismo, en dichos trabajos, se proporciona una definición más exhaustiva de estas empresas, en base a los resultados alcanzados en el estudio empírico realizado, destacando que las empresas analizadas no sólo iniciaron su actividad siendo internacionales, sino que su grado de internacionalización es particularmente elevado, tanto por el porcentaje de exportación (exportan por término medio un 73,71% de su cifra de ventas), como por la internacionalización de su cadena de valor; así como por el número de países en los que tienen presencia (entre 9 y 10 países diferentes), y por el número de clientes que tienen en los mismos (una media de 10 clientes en su principal país).

Además, se comprueba que son empresas para las cuales la internacionalización no es simplemente una alternativa de crecimiento necesaria para responder a la saturación de los mercados locales, sino que responde a una actitud proactiva y voluntarista, y no a una actitud pasiva prácticamente impuesta por el entorno y/o motivada por ayudas y subvenciones.

M. Ripollés Meliá, M. Menguzzato Boulard

Por fin, se muestra como las claves para entender como las nuevas empresas internacionales pueden conseguir su rápida internacionalización son la orientación emprendedora y la experiencia de su empresario, así como la utilización de redes sociales. De hecho, las relaciones personales de los empresarios constituyen uno de los instrumentos más efectivos que poseen estas empresas para disponer de recursos de los que carecen sin tener que realizar una inversión para obtenerlos, dichas redes personales se caracterizan más por el elevado grado de interconexión y por la frecuencia en la comunicación existente entre los miembros que forman parte de la misma, que por su tamaño (Ripollés et al., 2002).

Otro aspecto sobre el que debemos realizar una breve reflexión, es el tipo de industrias en el que aparecen nuevas empresas internacionales, dado que éste, es otro de los aspectos sobre el cual los autores tienen opiniones confrontadas. Así, para Autio y Sapienza (2000), este tipo de empresas sólo puede darse en sectores altamente tecnológicos, y por ese motivo, han realizado sus trabajos empíricos con muestras de empresas de estos sectores. Ciertamente es que las empresas creadas en sectores altamente tecnológicos están prácticamente obligadas a ser globales desde su creación, en cuanto los sectores de alta tecnología son sectores globales, o cerca de serlo, por la necesidad que tienen de alcanzar un tamaño mínimo eficiente muy alto a fin de amortizar sus cuantiosas inversiones en I+D. Sin embargo, existe cierta unanimidad en lo que concierne a la denominación de estas empresas como *start-ups*, *global start-ups* o *high- technology start-ups*.

Por el contrario, otra serie de autores defienden que las nuevas empresas internacionales no son específicas de un determinado tipo de industrias, sino que pueden aparecer en cualquier tipo de sector (Rennie, 1993; Bloodgood et al., 1996; Knight, 2000; Madsen et al., 2000; Rasmussen y Madsen, 2002).

Así, por ejemplo, en los trabajos anteriormente reseñados sobre nuevas empresas internacionales españolas, se buscan y encuentran en prácticamente todos los sectores.

De hecho, a pesar de las opiniones contradictorias, en la actualidad, parece que se está dejando atrás la idea de que las nuevas empresas internacionales sólo aparecen en sectores intensivos en tecnología.

EMPRESAS NACIDAS GLOBALES

En 1993, McKinsey et al., definen el término *Born Globals*, como: “*empresas que ven el mundo como su mercado, desde el principio, y ven el mercado doméstico como un apoyo para sus negocios internacionales*”.

Son muchos los autores que utilizan esta denominación para referirse a la misma realidad empresarial protagonizada por las Nuevas Empresas Internacionales (Madsen et al., 2000; Saarenteko, 2000; Rasmussen y Madsen, 2002; Räisänen, 2003; Rialp et al., 2002b).

International entrepreneurship: ¿nuevas empresas internacionales...

Sin embargo, algunos autores han establecido diferencias entre las nuevas empresas internacionales y las empresas nacidas globales (*Born Globals*).

Efectivamente, Oviatt y McDougall (1994) ya señalan la existencia de distintos tipos de empresas internacionales de reciente creación en función del número de actividades de la cadena de valor que se desarrollan fuera del país de origen y del número de países en los que se está presente. Estos autores definen las empresas nacidas globales como aquellas empresas que realizan muchas actividades de su cadena de valor fuera de su país de origen y que operan en muchos países foráneos.

Preece, Miles y Baetz (1998) utilizan también la cobertura del mercado para diferenciar ambos tipos de empresas. Así, consideran nuevas empresas internacionales a aquellas que se dedican a abastecer su propio continente mientras que las empresas nacidas globales actúan en tres continentes.

Pero, estos autores van más allá, y también comprueban, en base a su estudio empírico, que la actitud hacia la internacionalización, por parte de los empresarios, no influye sobre su dimensión global. Además, encuentran que la globalización está positivamente relacionada con el tamaño y la edad de la empresa, y concretamente, que son empresas que tienen por término medio 10 años. Atendiéndonos a estos datos podríamos considerar que no se trata de empresas nacidas globales sino más bien, de PYMEs globales.

Así mismo, Junkkari (2000) considera que una empresa nacida global es una empresa que realiza un 20-30% de sus ventas fuera del continente de origen y que consigue alrededor del 60% de sus ingresos fuera de su mercado doméstico, y esto hasta 10 años después de su establecimiento. Para Rinkinen (2000) una empresa nacida global, es una empresa joven, independiente, pequeña e innovadora, proactiva y que además opera en los tres continentes, generando al menos el 20 por ciento del total de sus ventas fuera de su propio continente. Al tratarse de trabajos teóricos, estos autores no contemplan en qué sectores operan .

Luostarinen y Gabrielson (2002) avanzan en el propósito de clarificar el concepto de empresas nacidas globales. Para estos autores se trata de empresas que alcanzan rápidamente la globalización. Son, pues, empresas jóvenes que cuentan con menos de 7 años y que empiezan sus operaciones internacionales casi simultáneamente con sus operaciones domésticas. Tienen una visión global del mercado y diseñan sus productos, estructuras, sistemas, a nivel global. Su principal propósito es llegar a ser líderes y crecer rápidamente en mercados globales. Son empresas que no necesariamente tienen que operar en sectores de alta tecnológica ya que también pueden operar en sectores de servicios, diseño, know-how.

A MODO DE CONCLUSIÓN, quisiéramos dejar constancia que, siendo el *Internacional Entrepreneurship* una línea de investigación muy reciente, existe aún cierta confusión terminológica, que, de no corregirse, puede desembocar en una confusión de conceptos, y por lo tanto, en un riesgo de resultados poco rigurosos e incluso contradictorios en la elaboración y comprobación de modelos teóricos con poder explicativo de este nuevo fenómeno empresarial.

M. Ripollés Meliá, M. Menguzzato Boulard

Así, al ir creciendo y desarrollándose dicho fenómeno, es lógico que puedan coexistir distintas realidades, de naturaleza diferenciada, y que, por lo tanto, deberían ser objeto de estudios diferenciados.

Como hemos visto, en la literatura especializada, se apunta que el alcance geográfico y el compromiso internacional de las Empresas Nacidas Globales es mucho mayor que el de las Nuevas Empresas Internacionales, matización que, por otra parte, es coherente con el concepto de empresa global que ya propuso en su día Ohmae (1990).

Por lo que sería más apropiado no utilizar estos términos como sinónimos.

Pero, si consideramos que, como lo afirman varios autores (Junkkari, 2000; Preece et al., 1998), a la característica del alcance geográfico de la actividad de estas empresas llamadas *Born Global*, se suma el hecho de una edad media de unos 10 años, nos parece que las empresas nacidas globales son ya bastante distintas de las Nuevas Empresas Internacionales, en cuanto, en la literatura especializada, las *Internacional New Ventures* tienen entre 3 y 5 años.

¿Podemos entonces hablar aún de Nuevas Empresas Internacionales y de Empresas Nacidas Globales indistintamente, y estudiarlas conjuntamente? ¿Aún son “nuevas” o “nacidas” estas empresas de mayor edad?

Tal vez las Empresas Nacidas Globales sean Nuevas Empresas Internacionales que han evolucionado, siguiendo incrementando su alcance geográfico, si bien otras pueden no haberlo hecho, pudiendo pues existir, a lo largo del tiempo, dos niveles de compromiso internacional en este nuevo tipo de empresas que son las Nuevas Empresas Internacionales. Y, tal vez, otra parte de las Empresas Nacidas Globales sean *Global Start Up*.

Creemos pues que ha llegado el momento de dilucidar estas cuestiones, y de intentar utilizar términos distintos si existen realidades distintas, y sino, dejar clara la equivalencia de las distintas denominaciones existentes en la literatura especializada.

A este efecto, quisiéramos proponer, hasta más investigación, la denominación de “Empresas Internacionales de Nueva Creación” para empresas, internacionales de edad no superior a 5 años, independientemente del alcance continental o mundial; y la de “Nuevas Empresas Globales” para las empresas que logran ser realmente globales en un plazo de unos 10 años. Ambas siendo “Nuevas Empresas Internacionales” y constituyendo el objeto de estudio del “*Internacional Entrepreneurship*”.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSEN, O. (1993). "On The Internationalization Process Of Firms: A Critical Analysis", *Journal Of International Business Studies*, Second Quarter, Pp. 209-231.
- AUTIO, E. y SAPIENZA, H. (2000). "Comparing process and Born global perspectives in the international growth of technology-based New Firms".
- BILKEY, W. y TESAR, G. (1977). "The Export Behavior Of Smaller Winconsin Manufacturing Firms", *Journal Of International Business Studies*, vol. 9, Spring/Summer, pp.93-98.
- BLOODGOOD, J. M.; SAPIENZA, H. y ALMEIDA, J. G. (1996). "The Internationalization of New High-Potential U.S. Ventures: Antecedents and Outcomes". *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 20(4), pp. 61-76.
- BONACCORSI, A. (1992). "On The Relationship Between Firm Size And Export Intensity", *Journal Of International Business Studies*, Fourth Quarter, Pp. 605-635.
- CALOF, H. L. (1993). "The Impact Of Size On Internationalization", *Journal Of Small Business Management*, October, Pp. 60-69.
- CAVUSGILL, T. (1980). "On The Internationalization Process Of Firms", *European Research*, vol. 8, November, pp. 273-281.
- CZINKOTA, M. R. y JOHNSTON, W.J. (1983). "Exporting: Does Sales Volume Make A Difference?", *Journal Of International Business Studies*, Spring/Summer, pp. 147-153.
- DICHTL, E.; KÖGLMAYR, H.G. y MÜLLER, S. (1990). "International Orientation As A Precondition Of Export Success", *Journal Of International Business Studies*, vol. 21, nº 1, pp. 32-41.
- IBORRA, M.; MENGUZZATO, M. y RIPOLLÉS, M. (1998). "Creación de empresas internacionales: Redes informales y obtención de recursos", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 7, núm. 3, pp.147-160.
- JOHANSON, J. y VALHNE, J.-E. (1977). "The Internationalization Process Of The Firm -A Model Of Knowledge Development And Increasing Foreign Market Commitments", *Journal Of International Business Studies*, vol. 8, Spring/Summer, pp. 23-32.
- JOHANSON, J. y VALHNE, J.-E. (1990). "The Mechanism Of Internationalization", *International Marketing Review*, vol. 7, nº 4, pp. 11-24.
- JUNKKARI, J. (2000). "Born Global-Globalization Strategies of SME High-Quality Service Companies". Master's Thesis. Helsinki School of Economics and Business Studies, Helsinki.
- KANDASAAMI, S. (1998). "Internationalisation of small -and medium- sized Born Global firms: A conceptual model".

M. Ripollés Meliá, M. Menguzzato Boulard

- KNIGHT, G.A.y CAVUSGIL, S. T. (1996). "The Born Global Firm: A challenge to Traditional Internationalization Theory". In Cavusgil, S. T.(ed). *Advances in International Marketing*, nº8, pp. 11-26.
- KNIGHT, G. A. (2000). " Entrepreneurship and marketing strategy: The SME under globalization". *Journal of International Marketing*, 8/2, 12-32.
- LIPSANEN (2002).. "Internationalization challenges of born global". http://www.tuta.hut.fi/studies/Courses_and_schedules/Isib/TU-91.167/Seminar_papers/raisanen_Jussi_summary.pdf
- LUOSTARINEN R. y GABRIELSSON, M. (2003). "Globalization and Global Marketing Strategies of Born Globals in SMOPECs,
- MADSEN, T. K., RASMUSSEN, E. S. y SERVAIS, P. (2000). "Differences and similarities between born globala and other types of exporters. In A. Yaprak & Tutek, (eds.). *Globalizatione, the multinational firm, and emerging economies*, (Advances in Internartional Marketing) (pp. 247-265). Amsterdam: JAI/Elsevier Inc.
- MCKINSEY & Company (1993). "Emerging Exporters: Australia's High Value-Added Manufacturing Exporters". Melbourne: Australian Manufacturing Council.
- MENGUZZATO, M (1999) " La dirección de empresas en una economía globalizada ". Ponencia invitada . Congreso nacional de economistas. Alicante.
- MUDAMBI, R. (2000). "The Survival of International New Ventures".
- OGBUEHI, A.O. y LONGFELLOW, T.A. (1994). "Perceptions Of US Manufacturing Smes Concerning Exporting: A Comparison Based On Export Experience", *Journal Of Small Business Management*, vol. 32, nº4, October, pp. 37-47.
- OHMAE, K. (1990). "The bordeless world". New York: Wiley and Sons.
- OVIATT, B.M. y MCDUGALL, P.P. (1994). "Toward a Theory of International New Ventures". *Journal of International Business Studies*, núm. 25, pp. 45-64.
- OVIATT, B.M. y MCDUGALL, P.P. (1995). "Global Start-ups: Entrepreneurs on a worldwide stage". *Academy of Management Executive*, 9/2, 30-43.
- OVIATT, B.M. y MCDUGALL, P.P. (1996). "New venture internationalization, strategic change, and performance: a follow-up study". *Journal of Business Venturing*, 11/1, 23-40.
- OVIATT, B.M.y MCDUGALL, P.P. (1999). "A framework for understanding accelerated International Entrepreneurship". *Research in global Strategic Management: International Entrepreneurship*, Stamford, CT: JAI Press, 23-40.
- PLA, J. (1998). " La estrategia internacional. Un analisis de su implementación en la empresa española" Tesis doctoral. Departamento de Dirección de Empresas. *Juan José Renau Piqueras* Universidad de Valencia.
- RASMUSSEN, E. S. y MADSEN, T.K. (2002). "The Born Global Concept". Paper for the EIBA conference.
- RÄISÄNEN, J.A. S. (2003). " Born Global Mode of Internationalization. A review of relevant research. http://www.tuta.hut.fi/studies/Courses_and_schedules/Isib/TU-91.167/Seminar_papers/raisanen_Jussi.pdf

International entrepreneurship: ¿nuevas empresas internacionales...

- RENAU, J.J. (1996). "El Porqué, El Cómo Y El Dónde De La Internacionalización De La Empresa", *Revista Asturiana De Economía*, Nº 6, Pp.41-61.
- RENNIE, M. (1993). "Global competitiveness: born global". *McKinsey Quartely*, 4, 45-52.
- RIALP-CRIADO, A.; RIALP-CRIADO, J. y KNIGHT, G. (2002 a). "The phenomenon of International New Ventures, Global Start-ups, and Born-globals: What do we know alter a decade (1993-2003) of exhaustive inquiry?", Documentos de trabajo del Dep. D'Economía de l'Empresa Universitat Autònoma de Barcelona.
- RIALP-CRIADO A., RIALP-CRIADO, J. y SALAS, V. (2002 b). "Faster and highly successful exporters: An explanation of born globals firms from the resource-based view", *Research in Entrepreneurship and Small Business*, 16th. Workshop.
- RINKINEN (2000). "Born Global-Globalization Strategies of Small and Medium-Sized High-Quality service companies". Master's Thesis. Helsinki Wschool of Economics and Business Administration, Helsinki.
- RIPOLLÉS, M, MENGUZZATO, M., e IBORRA, M.. (2002): "The Internationalisation of New Ventures. The Spanish Case" *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 2002, vol. 3, issue 3, pp.191-200.
- RIPOLLÉS, M, y MENGUZZATO, M. e IBORRA, M. (1999). "Empresas internacionales de reciente creación e intensidad empresarial", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, núm. 3, pp. 127-138.
- SAARENKETO, S. (2000). "Born Global-Conceptualization and Empirical Illustrations". Paper submitted to the High Technology Small Firms Conference. Enschede, the Netherlands.
- SHRADER, R.; OVIATT, B.M.y MCDUGALL, P.P.(2000). "How New Ventures exploit tradeoffs among international risk factors: Lessons for the accelerated internationalization of the 21st century". *Academy of Management Journal*, 43, (6), 1227-1247.
- SHRADER, R.; OVIATT, B.M. y MCDUGALL, P.P.(2002). "Early internationalization of U. S. Based New Ventures: a comparison of International and Domestic New Ventures".