

PRODUÇÃO CIENTÍFICA INTERNACIONAL SOBRE *BORN GLOBAL*: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA ÚLTIMA DÉCADA

Nágila Giovanna Silva Vilela, UFPR - PPGADM, nagilavilela@gmail.com

Ronaldo de Oliveira Santos Jhunior, UFPR - PPGADM, ronaldojhr@gmail.com

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi identificar, por meio do método de análise bibliométrica, a evolução das publicações acadêmicas sobre *Born Global* em periódicos de destaque internacional no período entre 2007-2017. Foram 63 artigos científicos observados na pesquisa de cunho quantitativo realizada na base de dados *ScienceDirect*. Nesses artigos, foram destacados: (i) identificação do *journal*; (ii) ano de publicação; e (iii) autoria. Ao todo, foram listados 19 *journals* sendo 13 classificados de acordo com o Qualis/Capes como A1, um classificado como A2 e cinco não foram classificados na Plataforma. *International Business Review* e *Journal of World Business* foram os *journals* de destaque, pois neles foi encontrado o maior número de artigos publicados na última década. No que diz respeito aos autores, um total de 142 indivíduos foi responsável por essas publicações, sendo que 17 deles publicaram pelo menos dois artigos. Para o encaminhamento de pesquisas futuras temos, como principal contribuição do artigo, a apresentação de um panorama generalizado da última década a respeito de estudos científicos direcionados ao entendimento sobre *Born Globals*.

Palavras chave: *Born Global*; Bibliometria; Produção Científica.

1 Introdução

A realidade do contexto internacional das últimas décadas nos mostra a necessidade de entendimento a respeito da lógica de internacionalização e suas diferentes vertentes de possibilidades e pensamentos. Cavusgil e Knight (2015) salientam que o custo da internacionalização, facilitado em parte pela globalização, pela internet e por outras tecnologias de comunicação do cenário moderno, já não parece dificultar a expansão externa de empresas menores e com menos recursos. Agentes de mudança determinados, equipados com ofertas exclusivas, conduzem empresas internacionais para expansão no exterior (Cavusgil & Knight, 2015). Dessa forma, numerosas empresas empreendedoras se estabelecem como negócios internacionais com clientes em todo o mundo, desde seus primeiros passos ou mesmo já em sua fundação.

A perspectiva das *Born Globals* é uma das abordagens de cunho comportamental presente nos estudos de negócios internacionais e é o foco desse trabalho. Levando em consideração o fato de que os estudos sobre essa temática somente se intensificaram a partir da década de 1990, busca-se aqui analisar o comportamento das publicações internacionais que tratam sobre *Born Globals*. Dessa forma, o objetivo desse artigo é identificar, por meio da análise bibliométrica, a evolução das publicações sobre *Born Global* em periódicos de destaque internacional no período entre 2007-2017.

Para realizar a análise proposta, o modelo de internacionalização processual da escola de Uppsala e a perspectiva de *Networks* são tópicos relacionados às abordagens comportamentais da internacionalização de empresas, pois garantem maior entendimento a respeito da abordagem das *Born Globals* e, portanto, são apresentados no referencial teórico. Após a apresentação desses tópicos algumas considerações são feitas a respeito de *Born Global*. Em seguida, são apresentados os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa, os resultados e as discussões, e, finalmente, o trabalho é encerrado com as considerações finais.

2 Precusores para o estudo de *Born Global*: as abordagens comportamentais da internacionalização

2.1 Escola de Uppsala

Como base argumentativa para os estudos relacionados à *Born Global*, percebe-se que o surgimento das teorias e perspectivas comportamentais se deu nos anos 1970, quando pesquisadores da Universidade de Uppsala se dedicaram a estudar de que forma as empresas suecas internacionalizavam seus negócios (Johanson & Vahlne, 1977). A introdução dessa linha de pensamento fez com que os estudos de negócios internacionais deixassem de analisar fatores puramente econômicos, característica em voga naquele momento, e começassem a observar o tema sob outras perspectivas, como a da Teoria do Comportamento Organizacional (Hilal & Hemais 2003).

Na perspectiva do Modelo de Uppsala, uma empresa internacional é vista como uma organização caracterizada por possuir limitada racionalidade, processos de aprendizado com base em ação e uma complexa e dispersa estrutura em termos de recursos, competência e influência (Bjorkman & Forsgren, 2000).

Em termos de características, vemos que o modelo é baseado em três pressupostos: (1) a falta de conhecimento é o maior obstáculo na internacionalização; (2) o conhecimento adquirido por meio da experiência é considerado o mais importante no que se refere à internacionalização; (3) a empresa se internacionaliza investindo os recursos de maneira gradual. Trata-se, portanto, de um processo de aprendizagem (Borini et al., 2006). Em outras palavras, é possível pressupor que o maior obstáculo – no referido modelo – para o processo de internacionalização é a falta de conhecimento. Logo, o conhecimento adquirido pela organização a respeito da experiência em determinado mercado estrangeiro é essencial para os processos de internacionalização.

Dessa maneira, a empresa consegue se internacionalizar investindo gradualmente seus recursos. A firma então investe em dado mercado, adquire conhecimento a seu respeito e, assim, desenvolve suas competências de realizar novos investimentos nesse mercado e de alocar recursos de forma mais proveitosa (Borini et al., 2006). Tal fato possibilita a construção de um fluxo estratégico no que se refere aos modos de entrada no mercado estrangeiro, partindo de menor para um maior envolvimento (Borini et al., 2006) de maneira gradual.

Sendo um modelo originado nos anos 1970 e 1980, observa-se no contexto atual algumas limitações. A saber: o modelo de Uppsala possui, em essência, um posicionamento linear, esquemático e até mesmo determinista, ou seja, não é considerada a possibilidade de exclusão de etapas no processo, fato essencial para empresas de países emergentes e para as do atual momento digital (Borini et al., 2006). O modelo também não considera que a sequência e a

velocidade do processo de internacionalização podem ser afetadas por ambientes de negócios distintos e não aborda o fato de que, à medida que a empresa aprende sobre determinado mercado internacional, ela reduz o grau de incerteza e, conseqüentemente, a necessidade de se desenvolver de forma gradual (Borini et al., 2006).

Assim, vemos que o atual estágio dos estudos na área de internacionalização mostra que a questão do desenvolvimento gradual não é, necessariamente, uma regra a ser seguida por todas as organizações. A percepção da empresa não é o único fator capaz de explicar o maior ou menor comprometimento em operações estrangeiras. Pode-se observar, assim, que as redes de relacionamento nos mercados estrangeiros também desempenham importante papel no processo (Johanson & Mattsson, 1988). A perspectiva das redes de relacionamento ou *Networks* é uma abordagem que surge a partir dos estudos realizados em Uppsala, conforme é abordado a seguir.

2.2 Perspectiva de *Networks*

Carvalho e Dib (2013) argumentam que diversas pesquisas relacionadas à internacionalização de empresas mostraram a importância de redes de relacionamento para o processo de entrada em mercados externos. Já num contexto de críticas ao modelo de Uppsala, que originou perspectivas como a de *networks*, observou-se que a escolha do modo de entrada é contingente e contextual, e não precisa ser necessariamente gradual (Carvalho & Dib, 2013). Para tal perspectiva, as redes de relacionamentos possuem influência tanto na seleção quanto nos modos de entrada em mercados externos (Coviello & Munro, 1997).

Da mesma forma que o Modelo de Uppsala, a perspectiva de *Networks* também possui suas origens acadêmicas no continente europeu. De acordo com os estudos de Johanson e Mattsson (1988), as organizações estabelecem relacionamentos de longo prazo umas com as outras e o conjunto desses relacionamentos formaria a *network* – ou rede de relacionamento – da empresa. Os autores apresentam, então, o fato de que essas conexões estabelecidas influenciam os processos e decisões relacionadas à internacionalização (Bemvindo, 2014).

A perspectiva de *Networks* é considerada, na literatura especializada, uma evolução da Escola de Uppsala (Silva, Chagas & Siqueira, 2012). Dessa forma, a abordagem das redes, em vez de focar nos fatos econômicos para explicar a internacionalização empresarial, se concentra nas conexões cognitivas e sociais formadas entre atores que mantêm relacionamentos em seus negócios; em outras palavras, relacionamentos específicos com atores envolvidos no processo

de internacionalização (Bjorkman & Forsgren, 2000). Assim, a grande contribuição da abordagem das *networks* consiste na exploração dos potenciais relacionamentos internacionais de uma maneira mais abrangente, passando a não ser percebida somente como uma questão de direcionar a produção para o exterior (Hilal & Hemais 2003).

No contexto atual de estudos, as redes continuam a ser entendidas como importantes no decorrer do processo de internacionalização. Seus impactos podem ser positivos, no sentido de criar novas oportunidades. Mello, Rocha e Maculan (2009) argumentam que, por exemplo, à medida que são desenvolvidos contatos no ambiente externo e são estabelecidas relações de confiança entre as partes envolvidas, cresce a possibilidade de a empresa incrementar seu comprometimento com o mercado internacional. Entretanto, observa-se também que as redes podem impor limitações às decisões das empresas (Mello, Rocha & Maculan, 2009). Mattson (1989) analisou o desenvolvimento posterior das firmas em redes após o período inicial de entrada no negócio e observou que as relações desenvolvidas anteriormente teriam influência sobre as oportunidades e mesmo restrições com que a organização se defrontaria em seu desenvolvimento posterior (Mello, Rocha & Maculan, 2009). Ou seja, participando de uma rede, a empresa veria reduzida suas possibilidades de tomar decisões por si mesma, tendo em vista a interdependência existente na rede de relacionamento.

O comportamento das empresas mudou bastante desde a criação do modelo de Uppsala. Já há o entendimento geral de que a internacionalização pode não ser nem processual, nem precisar seguir necessariamente as etapas da cadeia de estabelecimento (Carvalho & Dib, 2013). Muitas empresas já se internacionalizam desde a sua formação (McDougall, Shane & Oviatt, 1994) como é o caso das empresas *Born Globals*, cujo estudo nasce nesse contexto de reflexão sobre novos modelos de internacionalização com base em empresas menores capazes de relativizar o modelo processual.

3 *Born Global*

Na medida em que a globalização se acelerou no contexto da década de 1980, foi possível observar crescentes evidências do fenômeno de empresas com rápida internacionalização (Cavusgil & Knight, 2015). Nessa lógica, número de jovens empresas com características empreendedoras que passou a buscar clientes em mercados estrangeiros cresceu substancialmente. Estudiosos e consultores de gestão se referiam a esse tipo de organização como "*Born Global*", ou seja, uma empresa já nascida para o ambiente global. Elas foram,

então, caracterizadas como empresas jovens e empreendedoras que iniciam negócios internacionais (geralmente exportando) logo após sua criação (Knight & Cavusgil, 2004). Tal fato trouxe também questionamentos a respeito da internacionalização processual de Uppsala, incitando o aparecimento de novas perspectivas, como a do Empreendedorismo Internacional, cujo desenvolvimento se deu concomitantemente com os estudos das *Born Globals*.

De acordo com a análise da literatura, o termo *Born Global* foi utilizado primeiramente na Austrália, quando Rennie (1993) apresentou os resultados de uma pesquisa – realizada pela consultoria McKinsey & Company – sobre organizações de pequeno e médio porte capazes de competir no ambiente internacional com corporações maiores sem antes passar por um estágio de maturação em seu referido mercado doméstico (Ferreira, 2013). Tais empresas, segundo a pesquisa, possuíam um tempo médio para o início de sua operação internacional de dois anos, e sua participação no ambiente externo corresponderia a aproximadamente 76% de suas vendas; enquanto as empresas vistas como tradicionais teriam apenas 20% de vendas no exterior. Desde então, a temática *Born Global* foi incorporada aos estudos de internacionalização com desenvolvimento de teorias que buscavam compreender o fenômeno (Ferreira, 2013).

Apesar de seu desenvolvimento paralelo aos estudos sobre o Empreendedorismo Internacional – outra perspectiva teórica baseada em novos empreendimentos orientados à internacionalização – é possível encontrar semelhanças entre as conceituações de *Born Global* e das chamadas *International New Ventures*, nomenclatura utilizada na perspectiva do Empreendedorismo Internacional, sendo ambos os termos frequentemente entendidos e utilizados como similares (Coviello, Mcdougall & Oviatt, 2011). Mesmo com suas independências de desenvolvimento, ambas as linhas de pesquisa apontam para um mesmo fenômeno, já que consideram as implicações da internacionalização relevantes de acordo com a idade da firma e não necessariamente com seu tamanho ou escopo (Coviello, Mcdougall & Oviatt, 2011).

Entretanto, de forma contrária ao Empreendedorismo Internacional, em que a base teórica nasce a partir da consolidação de linhas de pesquisa multidisciplinares para a formação de uma nova teoria, os estudos a respeito das *Born Global* tendem a criar um conceito próprio (Ferreira, 2013). Dito isto, há na literatura a percepção de que – por ser um fenômeno ainda recente – o entendimento e classificações relacionados à *Born Global* ainda são limitados (Rialp et al., 2005), pouco conclusivos e carentes de um arcabouço teórico e terminologias consistentes (Dib, 2008; Ferreira, 2013)

Em resumo, podemos assumir que as características mais marcantes no contexto das *Born Global*, de acordo com os estudos de Dib (2008), seriam: possuir ativos singulares capazes de permitir sua competitividade; deter maior capacidade para inovação; trabalhar com especialização ou foco – traduzidos em estratégias de nicho global; possuir orientação ao consumidor; ter propensão à diferenciação do produto como vantagem competitiva; investir em vantagem tecnológica; usar intensamente tecnologias de informação; fazer uso de parcerias e *networks* em seus processos (Ferreira, 2013). Outros fatores que também são constantemente associados às empresas com perfil de *Born Global* são seus acessos diferenciados a recursos internacionais, forte orientação e experiência internacional de seus gestores e tolerância ao risco (Mello, 2009). De maneira geral, essas empresas também conseguem competir em segmentos emergentes de mercado – focados em novas tecnologias – e possuem boa capacidade de gerência e utilização das redes de relacionamento e seus recursos, não necessitando acumular informações gradualmente (Rialp et al., 2005) para agir. Entre as principais fontes de dúvidas e críticas encontradas na literatura em relação ao estabelecimento de parâmetros e entendimento sobre esse tipo de empresa, está a questão da idade da organização, visto que a data em que começam a existir de fato não é clara (Dib, 2008). Nos argumentos do autor, a maioria dos estudiosos prefere considerar o início da operação como sendo o período de um ano após o primeiro faturamento da empresa. Outras dúvidas seriam, por exemplo, o tempo de início das atividades internacionais, que geralmente varia na literatura entre dois e oito anos do início das operações; a porcentagem de vendas internacionais; e qual o modo de entrada dessas empresas em outros países, ou seja, como elas iniciam suas atividades internacionais (Dib, 2008).

As empresas *Born Global* representam, assim, uma contemporânea e otimista tendência nos negócios internacionais, já que nessa perspectiva qualquer empresa – independentemente de seu tamanho, base de experiência ou recursos – pode participar ativamente do comércio além-fronteiras (Cavusgil & Knight, 2015). O alcance global dos mercados emergentes e de outros concorrentes está pressionando empresas mais jovens a obterem resultados e desempenho superiores de forma cada vez mais rápida (Cavusgil & Knight, 2015). O ritmo acelerado das mudanças em diversas indústrias e mercados aumenta as possibilidades de lucro com uma participação mais ativa na economia global. Um importante requisito para a sobrevivência e prosperidade nesse contexto é possuir maior ênfase em inovação e empreendedorismo, características presentes em empresas *Born Global* (Cavusgil & Knight, 2015).

A seguir damos prosseguimento à pesquisa bibliométrica propriamente dita com a apresentação dos procedimentos metodológicos realizados. Posteriormente veremos os resultados e as discussões oriundas da análise a respeito da produção científica internacional sobre *Born Global* na última década.

4 Procedimentos Metodológicos

Quanto à abordagem, esta pesquisa pode ser classificada como quantitativa, visto que é fundamentada na quantificação no período de coleta e tratamento dos dados (Mascarenhas, 2012). Técnicas estatísticas como porcentagens, médias e desvio-padrão são comuns nesse tipo de pesquisa, sendo utilizadas como forma de impedir que a subjetividade do pesquisador afete os resultados obtidos (Mascarenhas, 2012).

No que diz respeito aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva. Dessa forma, a contribuição do pesquisador está em descrever um fenômeno, suas características, causas, conexões, entre outros eventos, estando vetado de interferir e influenciar sobre o objeto de pesquisa (Barros & Lehfeld, 2007).

Como técnica de pesquisa, adotou-se a bibliometria. A princípio essa técnica era destinada a medir livros, como o número de edições, exemplares e palavras (Araújo, 2006). Pouco a pouco a bibliometria passou a ser utilizada para a mensuração de outras produções bibliográficas (como artigos científicos), além da produtividade dos autores e análise de citações (Araújo, 2006). Nesse sentido, define-se a bibliometria como uma técnica que aplica métodos quantitativos com o objetivo de analisar estatisticamente publicações científicas (Silva, Hayashi & Hayashi, 2011).

A bibliometria foi utilizada na avaliação de artigos relacionados à *Born Global* na grande área de administração. Optou-se pela busca na base de dados *ScienceDirect* devido à disponibilidade de inúmeros artigos de periódicos e documentos científicos em Ciências Sociais e Humanidades. A palavra-chave buscada foi “*born global*”, aplicada a “resumo, título, palavras-chave”. A pesquisa também foi refinada pela área de “negócios, gestão e contabilidade”, e o período estipulado foi entre 2007 e 2017.

Ao final, foram obtidos 63 resultados (Apêndice A), isto é, 63 artigos científicos publicados na última década sobre *Born Global* na área de administração. Nesses artigos, foram destacados: (i) identificação do *journal*; (ii) ano de publicação; e (iii) autoria. Quanto a esses três parâmetros, foram considerados: (i) para identificação do *journal*: nome do *journal*,

classificação (Qualis 2015) com base nos critérios da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e período em que houve artigos publicados sobre a temática. Ao todo, foram listados 19 *journals* diferentes; (ii) quanto ao ano de publicação, efetuou-se a identificação do ano em que cada artigo foi integrado ao *journal*, sendo necessariamente entre 2007 e 2017, período estipulado para análise; e (iii) já em relação à autoria, foram listados todos os autores e coautores dos 63 artigos publicados no período analisado, e, em seguida, procurou-se identificar aqueles mais produtivos, bem como apresentar em quais *journals* tais autores publicaram. Ao todo, foram 166 participações de 142 indivíduos diferentes.

A organização e o tratamento dos dados foram feitos em tabelas com a utilização do software *Microsoft Excel*. Os resultados e as discussões são apresentados a seguir.

5 Resultados e Discussões

Os artigos selecionados para análise foram publicados entre 2007 e 2017. Esta foi uma delimitação intencional, visto que, por se tratar da última década, pode proporcionar informações atuais sobre a produção científica a respeito de *Born Globals* em periódicos internacionais. Apesar da ideia de trabalhar com uma década, no ano de 2017 foram publicados quatro artigos no primeiro trimestre, sendo, portanto, considerado relevante para ser incluído na amostra (apesar de, nesse sentido, representar o 11º ano).

A Tabela 1 apresenta a origem dos artigos, que foram provenientes de 19 *journals*. No que diz respeito aos *journals*, apresenta-se a sua classificação de acordo com o Qualis/Capes, o período em que houve publicações em cada um desses e a frequência de artigos no período 2007-2017.

O Qualis/Capes é disponibilizado na Plataforma Sucupira, desenvolvida pela Cooperação Capes e Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) (Plataforma Sucupira, 2017). Entretanto, a classificação de alguns *journals* não foi encontrada, sendo eles: *Estudios Gerenciales*, *BRQ Business Research Quarterly*, *Journal of Business Venturing*, *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Por essa razão, os dados presentes na Tabela 1 não estão totalmente completos.

Ao analisar a origem dos artigos, percebe-se que somente dois *journals* da amostra foram responsáveis por mais da metade (60,32%) das publicações na última década. Ambos com Qualis A1, considerada a melhor classificação da Capes, o *International Business Review* e o

Journal of World Business são periódicos com alto fator de impacto, 1.669 e 2.811, respectivamente. O primeiro é voltado para estudos empíricos com aplicação prática; exames

Tabela 1

Origem dos artigos da amostra

Journal	Qualis	Período	Frequência	% Frequência	%Frequência acumulada
International Business Review	A1	2007-2017	22	34,92%	34,92%
Journal of World Business	A1	2007-2016	16	25,40%	60,32%
European Management Journal	A1	2009-2012	4	6,35%	66,67%
Estudios Gerenciales	-	2009-2014	3	4,76%	71,43%
Industrial Marketing Management	A1	2007-2013	3	4,76%	76,19%
Journal of Business Research	A1	2011-2014	2	3,17%	79,37%
BRQ Business Research Quarterly	-	2015	1	1,59%	80,95%
Business Horizons	A1	2014	1	1,59%	82,54%
Expert Systems with Applications	A1	2014	1	1,59%	84,13%
Journal of Business Venturing	-	2011	1	1,59%	85,71%
Journal of Engineering and Technology Management	A1	2008	1	1,59%	87,30%
Journal of International Management	A1	2015	1	1,59%	88,89%
Journal of Retailing and Consumer Services	A1	2014	1	1,59%	90,48%
Long Range Planning	A1	2008	1	1,59%	92,06%
Research in International Business and Finance	A2	2009	1	1,59%	93,65%
Revista de Administração	A2	2016	1	1,59%	95,24%
Revista Española de Investigación en Marketing ESIC	-	2015	1	1,59%	96,83%
Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa	-	2014	1	1,59%	98,41%
Scandinavian Journal of Management	A1	2008	1	1,59%	100,00%

Nota. Elaborada pelos autores (2017).

de desenvolvimentos teóricos e metodológicos no campo de estudos de negócios; e revisões da literatura em negócios internacionais (International Business Review, 2017). O segundo, *Journal of World Business*, é concentrado em trabalhos das áreas: Ambiente Político e Econômico Global; Gestão Estratégica; Comportamento Organizacional; Gerenciamento entre Culturas; Liderança; Gerenciamento de Recursos Humanos; Ética, Responsabilidade Social e Sustentabilidade; Inovação, Tecnologia e Empreendedorismo (Journal of World Business, 2017).

Além desses dois principais *journals*, outros 17 integraram essa pesquisa, contendo, entretanto, um menor número de artigos publicados em cada um.

Na Tabela 2 está exposto o volume de artigos selecionados por *journal* e ano de publicação.

A visualização da Tabela 2 permite assegurar que, desde o ano de 2007, pelo menos três artigos foram publicados anualmente sobre *Born Global* em 19 dos periódicos internacionais presentes na base de dados *ScienceDirect*. Apesar de a produção apresentar comportamentos

distintos ao longo dos anos, não ocorrendo nenhuma tendência de aumentou ou diminuição, os últimos anos parecem ter sido mais profícuos para estudos sobre a temática.

Tabela 2

Relação de artigos por ano e *journal*

Journal	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Total
International Business Review	1	1		2	1	1	3	2	3	4	4	22
Journal of World Business	5	3		1	1	1	1		3	1		16
European Management Journal			2	1		1						4
Estudios Gerenciales			1					2				3
Industrial Marketing Management	1						2					3
Journal of Business Research					1			1				2
BRQ Business Research Quarterly									1			1
Business Horizons								1				1
Expert Systems with Applications								1				1
Journal of Business Venturing					1							1
Journal of Engineering and Technology Management		1										1
Journal of International Management									1			1
Journal of Retailing and Consumer Services								1				1
Long Range Planning		1										1
Research in International Business and Finance			1									1
Revista de Administração										1		1
Revista Española de Investigación en Marketing ESIC									1			1
Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa								1				1
Scandinavian Journal of Management		1										1
Total	7	7	4	4	4	3	6	9	9	6	4	63

Nota. Elaborada pelos autores (2017).

Os destaques cabem ao *Journal of World Business*, com cinco publicações no ano de 2007 e ao *International Business Review*, com quatro publicações no ano de 2016, e o mesmo número em 2017. O interesse pelo tema *Born Global* parece ser grande nesse ano, especialmente no *International Business Review*, haja vista que o ano de 2017 é representado nessa pesquisa apenas pelos meses de janeiro, fevereiro e março. Portanto, é possível que mais artigos sejam publicados ainda em 2017, fator que realçaria esse último *journal* citado em relação aos demais anos e outros *journals*.

Esses 63 artigos tiveram 166 participações de 142 indivíduos diferentes, na maioria das vezes (47,62%) em dupla. Outros 19 artigos foram escritos por três autores. Percebe-se também que apenas dois artigos foram feitos por cinco indivíduos, e outros três por um único autor.

Dos 142 autores sobre a temática no período estipulado, 17 publicaram mais de um artigo. A relação contendo o nome do autor, número de artigos e os *journals* de publicação (juntamente com o número de publicação em cada um deles) está exposto na Tabela 3.

Tabela 3

Autores responsáveis por mais de uma publicação

Nome do autor	Nº de artigos	Journals de publicação e quantidade
Mika Gabriellsson	5	Industrial Marketing Management (3), International Business Review (2)
Erin Cavusgil	3	International Business Review (2), Journal of Business Research (1),
Olli Kuivalainen	3	Journal of World Business (1), International Business Review (1), European Management Journal (1)
Peter Gabriellsson	3	Industrial Marketing Management (2), International Business Review (1)
Sami Saarenketo	3	European Management Journal (1), Journal of World Business (1)
Diana Marcela Escandón Barbosa	2	Estudios Gerenciales (2)
Emilia Rovira Nordman	2	Journal of World Business (1), European Management Journal (1)
Gary A. Knight	2	Journal of World Business (2)
Kaisu Puumalainen	2	European Management Journal (1), Journal of World Business (1)
Kalanit Efrat	2	International Business Review (1), Journal of World Business (1)
Nicole Coviello	2	Journal of World Business (1), Journal of Business Venturing (1)
Niina Nummela	2	Journal of World Business (1), Journal of Engineering and Technology Management (1)
Pavlos Dimitratos	2	International Business Review (2)
Peter W. Liesch	2	Journal of World Business (2)
Sara Melén	2	Journal of World Business (1), European Management Journal (1)
Stephan Gerschewski	2	Journal of World Business (1), International Business Review (1)
Tiia Vissak	2	International Business Review (2)

Nota. Elaborada pelos autores (2017).

A Tabela 3, portanto, apresenta o nome de todos os autores que mais publicaram sobre *Born Global* na última década. Constata-se que esses autores publicaram em oito dos 19 *journals* analisados, sendo que o *Journal of World Business* publicou 13 (32,5%) desses artigos, e o *International Business Review* publicou 12 (30%) outros trabalhos. Esses dois *journals* – que já haviam sido considerados como destaque no quesito número de artigos publicados no período analisado –, são responsáveis por mais na metade (62,5%) dos artigos publicados por autores que escreveram pelo menos dois artigos sobre *Born Global*.

Para uma análise mais detalhada sobre a publicação ao longo dos anos, a Figura 1 pode ser observada. Em 2007, sete artigos de 18 autores foram publicados em três *journals* diferentes: *Journal of World Business*, *Industrial Marketing Management* e *International Business Review*.

No ano seguinte, 2008, o número de trabalhos publicados foi igual ao de 2007, no entanto, esses integraram as páginas de cinco *journals* e foram escritos por 22 autores. *Journal of World Business*, *International Business Review*, *Journal of Engineering and Technology Management*, *Scandinavian Journal of Management* e *Long Range Planning* foram os *journals* responsáveis pelas publicações dos artigos nesse ano.

Nos três anos subsequentes, 2009, 2010 e 2011, foi publicado o mesmo número de trabalhos: quatro por ano. No entanto, a quantidade de *journals* foi um pouco diferente: três, três e quatro, respectivamente. Entre eles: *Estudios Gerenciales*, *European Management Journal*, *International Business Review*, *Journal of Business Research*, *Journal of Business Venturing*, *Journal of World Business* e *Research in International Business and Finance*.

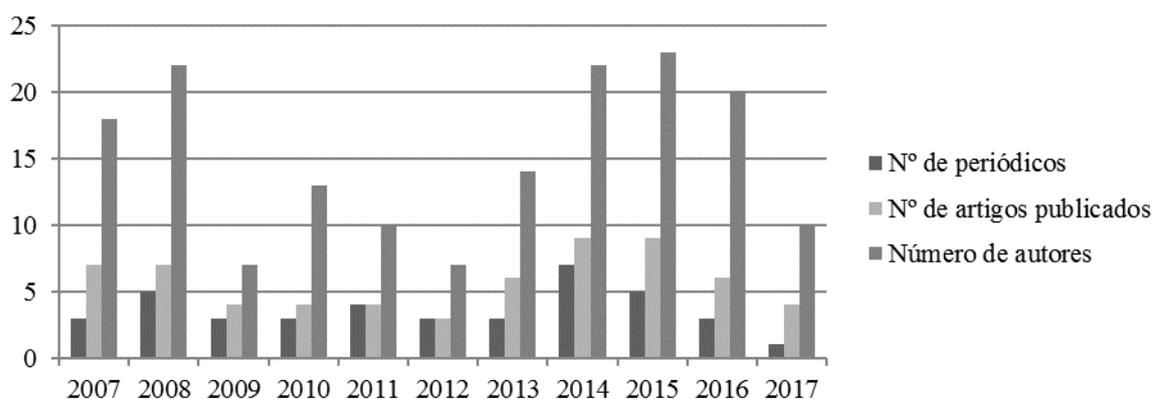


Figura 1. Número de periódicos, artigos publicados e autores entre 2007-2017

Fonte: Elaborado pelos autores (2017).

No ano de 2012, houve o menor número de artigos publicados (3), no menor número de *journals* (3) e com o menor número de autores (7). Esse mesmo número de artigos e autores pôde ser observado em 2009, porém, nesse ano quatro trabalhos foram publicados.

No ano posterior, em 2013, o número de artigos e autores dobrou em relação ao ano de 2012, mas o número de periódicos manteve-se o mesmo. Ou seja, seis pesquisas de 14 indivíduos fizeram parte de três *journals*: *Industrial Marketing Management*, *International Business Review* e *Journal of World Business*.

Os anos 2014 e 2015 foram os que tiveram o maior número de artigos publicados no período analisado. Em 2014, desses nove trabalhos, dois foram publicados no *International Business Review*, dois no *Estudios Gerenciales*, e os demais em cinco *journals* diferentes, totalizando sete *journals*. O número de autores nesse ano foi 22, inferior apenas à quantidade referente a 2015, que foi 23. Apesar de o número de artigos publicados em 2015 ser o mesmo de 2014, esses foram vinculados a cinco *journals*: *Journal of World Business*, *BRQ Business Research Quarterly*, *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, *International Business Review* e *Journal of International Management*.

Em 2016 o número de artigos publicados volta a cair, dessa vez para seis. No entanto, a quantidade de autores manteve-se alta, totalizando 20. Mais uma vez, o *International Business Review* e o *Journal of World Business* foram os *journals* em que esses trabalhos foram publicados, além da Revista de Administração, único periódico brasileiro presente na amostra. Por último, no ano de 2017, quatro artigos incorporaram o volume 26, número 2 do *International Business Review*. Desses, dois foram produzidos por dois autores, e os outros dois por três, resultando em dez autores.

É de se esperar que em 2017 mais artigos sobre *Born Global* sejam publicados internacionalmente, bem como que os próximos anos sejam frutíferos para esse tipo de trabalho. Um crescimento substancial de pesquisas nessa temática pode ser observado a partir de 2014, e, ainda que em 2016 o número de artigos publicados não tenha sido tão alto como em 2014 e 2015, percebe-se que muitos indivíduos se empenharam em pesquisar sobre o tema, comprovando a relevância do assunto para muitos pesquisadores.

5 Considerações finais

O objetivo desse artigo foi identificar, por meio da análise bibliométrica, a evolução das publicações sobre *Born Global* em periódicos de destaque internacional no período entre 2007-2017. Após a busca pelo termo chave “*born global*” na base de dados *ScienceDirect* no período estipulado e área de “negócios, gestão e contabilidade”, foram encontrados 63 artigos. Esses artigos foram originados de 19 *journals* internacionais, sendo que 13 são classificados de acordo com o Qualis/Capes como A1, um é classificado como A2 e cinco não foram classificados na Plataforma Sucupira. Os *journals* que mais se destacaram foram *International Business Review* e *Journal of World Business*, responsáveis por 60% das publicações analisadas.

Observou-se que não há nenhuma tendência de crescimento ou diminuição sobre artigos relacionados à temática, já que nos anos de 2007 e 2008 houve sete artigos publicados, seguido por uma recaída nos três anos seguintes para quatro artigos por ano. Em 2012, o número de artigos publicados caiu ainda mais, passando para três. Os anos 2013, 2014 e 2015 foram profícuos para a publicação de artigos sobre *Born Global* (seis, nove e nove artigos respectivamente), no entanto, no ano de 2016, mais uma vez esse número diminuiu (dessa vez para seis). Finalmente, em 2017, ano que foi considerado apenas em relação aos meses de janeiro, fevereiro e março, foram publicados quatro artigos no *International Business Review*. Quanto aos autores, foram identificados 142, sendo que 17 (aproximadamente 12%) deles participaram com mais de um artigo na amostra. Desses indivíduos que publicaram mais de um artigo, um é responsável por cinco artigos, quatro participaram como autores e coautores em três artigos, e os outros doze publicaram dois artigos cada um.

A maior contribuição desse artigo foi o de apresentar um panorama generalizado a respeito da atual realidade dos estudos científicos direcionados ao entendimento sobre *Born Globals*. Ao mapear a última década de trabalhos, foi possível observar o comportamento e a rotina de publicações sobre o tema na grande área de administração de empresas.

No que diz respeito às limitações do estudo realizado, destaca-se a restrição por *journals* internacionais alocados apenas na base de dados da *ScienceDirect*. O período estipulado também pode ser considerado uma limitação, apesar de os estudos sobre *Born Globals* serem entendidos na literatura como recentes, visto que trabalhos a elas direcionadas se intensificaram apenas a partir dos anos 1990.

Por último, pesquisas futuras podem investigar o perfil dos autores que publicaram sobre *Born Global*, analisar como os trabalhos estão sendo estruturados quanto à metodologia, bem como identificar os principais autores citados e como estão sendo discutidos.

Referências

- Araújo, C. A. (2006). Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. *Em questão*, 12(1), 11-32.
- Barros, A. J. S. & Lehfeld, N. A. S. (2007). *Fundamentos de metodologia científica* (3a ed.) São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- Bemvindo, B. S. T. (2014). *O Processo de Internacionalização de uma Multinacional Brasileira: Estudo do Caso Vale*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

Bjorkman, I. & Forsgren, M. (2000). Nordic international business research: a review of its development. *International Studies of Management and Organization*, 30(1), 6-25.

Borini, F. M., Ribeiro, F. C. F., Coelho, F. P. & Proença, E. R. (2006). O prisma da internacionalização: um estudo de caso. *FACES: Revista de Administração*, 5(3), 42-55.

Carvalho, C. A. S. & Dib, L. A. (2013). Reconciliando o Modelo de Uppsala com a Perspectiva de Networks: revisão crítica e integrativa. *Faces: Revista de Administração*, 12, 13-36.

Cavusgil, S. T. & Knight, G. (2015). The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal Of International Business Studies*, 46(1), 3-16.

Coviello, N. E., Mcdougall, P. P. & Oviatt, B. M. (2011). The emergence, advance and future of international entrepreneurship research: An introduction to the special forum. *Journal of Business Venturing*, 26(6), 625-631.

Coviello, N. E. & Munro, H. (1997) Network Relationships and the Internationalization Process of Small Software Firms. *International Business Review*. 6(4), 361-386.

Decoster, S. R. A. (2014). A Distância Psíquica no processo de internacionalização de uma empresa na Índia. *Congresso de Administração da ESPM*, São Paulo, SP, Brasil, 10.

Dib, L. A. R. (2008). *Empresas e o Fenômeno Born Global: estudo do setor de software no Brasil*. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

Ferreira, E. A. (2013). *A Internacionalização de empresas empreendedoras brasileiras do setor de software: o caso da IDXP*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

Hilal, A. & Hemais, C. A. (2003). O Processo de Internacionalização na Ótica da Escola Nórdica: Evidências Empíricas em Empresas Brasileiras. *Revista de Administração Contemporânea*, 7(1), 109-124.

International Business Review. (2017). Recuperado em 7 de março, 2017, de <https://www.journals.elsevier.com/international-business-review/>

Johanson, J. & Mattsson, L.-G. (1988). Internationalization in industrial systems: a network approach. In Hood, N. & Vahlne, J. E. *Strategies in global competition*. New York, NY: Croom Helm, 287-314.

Johanson, J. & Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8, 23-32.

Johanson, J. & Vahlne, J. E. (1990). The mechanism of internationalization. *International Marketing Review*, 7 (4), 11-24, 1990.

- Johanson, J. & Vahlne, J. E. (2009). The Uppsala Internationalization Process Model Revisited – From Liability of Foreignness to Liability of Outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40, 1411-1431.
- Johanson, J. & Wiedersheim-Paul, F. (1975) The internationalization of the firm: four swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305-322.
- Jones, M. V., Coviello, N. & Tang, Y. K. (2011). International entrepreneurship research (1989- 2009): a domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 632-659.
- Journal of World Business. (2017). Recuperado em 7 de março, 2017, de <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-world-business/>
- Knight, G. & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124-141.
- Mascarenhas, S. A. (2012). *Metodologia Científica*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.
- Mattson, L.-G. (1989). Development of firms in networks: positions and investments. *Advances in International Marketing* (3), 121-139.
- Mello, R. C. (2009). *O processo de internacionalização de empresas brasileiras de software: reconciliando diferentes correntes teóricas*. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.
- Mello, R. C., Rocha, A. & Maculan A-M. (2009). A Trajetória Internacional das Pequenas Empresas: É Possível Conciliar as Teorias Comportamentais? *IV Encontro de Estudos em Estratégia*, Recife, Brasil.
- Mcdougall, P.; Shane, S. & Oviatt, B. (1994) Explaining the formation of international new ventures: the limits of theories from international business research. *Journal of Business Venturing*, 9(6), 469-87.
- Oliveira, M. A. & Vasconcellos, E. (2008). Internacionalização e Incorporação: o Caso CSN LLC (subsidiária da CSN nos Estados Unidos). In Vasconcellos, E. *Internacionalização Competitiva*. São Paulo: Editora Atlas, 73-97.
- Plataforma Sucupira. (2017). *Periódicos Qualis*. Recuperado em 7 de março, 2017, de <https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/veiculoPublicacaoQualis/listaConsultaGeralPeriodicos.jsf>
- Rialp, A., Rialp, J., Urbano, D. & Vaillant, Y. (2005). The Born-Global phenomenon: a comparative case study research. *Journal of International Entrepreneurship*, 3, 133-171.

Silva, I. M., Chagas, A. C. C. & Siqueira, S. V. (2012). Características de empreendedorismo internacional no processo de internacionalização: um estudo de caso na empresa Menendez & Amerino. *Internext – Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM*, 7(2), 107-136.

Silva, M. R., Hayashi, C. R. M. & Hayashi, M. C. P. I. (2011). Análise bibliométrica e cientométrica: desafios para especialistas que atuam no campo. *InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação*, 2(1), 110-129.

Rennie, M. W. (1993). Born global. *McKinsey Quarterly*, (4), 45-52.

Apêndice A – Portfólio de artigos utilizados na análise

1. Barbosa, D. M. E. & Ayala, A. H. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(131), 172-183.
2. Barbosa, D. M. E. (2009). Factores que inciden en la creación de born global en colombia. *Estudios Gerenciales*, 25(113), 55-73.
3. Baum, M., Schwens, C. & Kabst, R. (2015). A latent class analysis of small firms' internationalization patterns. *Journal of World Business*, 50(4), 754-768.
4. Blomqvist, K., Hurmelinna-Laukkanen, P., Nummela, N. & Saarenketo, S. (2008). The role of trust and contracts in the internationalization of technology-intensive Born Globals. *Journal of Engineering and Technology Management*, 25(1-2), 123-135.
5. Brennan, L. & Garvey, D. (2009). The role of knowledge in internationalization. *Research in International Business and Finance*, 23(2), 120-133.
6. Cabrol, M. & Nlemvo, F. (2009). The internationalisation of French new ventures: The case of the Rhone-Alps region. *European Management Journal*, 27(4), 255-267.
7. Cannone, G. & Ughetto, E. (2014). Born globals: A cross-country survey on high-tech start-ups. *International Business Review*, 23(1), 272-283.
8. Carvalho, L., Santos, I. P. & Winden, W. (2014). Knowledge spaces and places: From the perspective of a “born-global” start-up in the field of urban technology. *Expert Systems with Applications*, 41(12), 5647-5655.
9. Choquette, E., Rask, M., Sala, D. & Schröder, P. (2016). Born Globals—Is there fire behind the smoke?. *International Business Review*.
10. Clegg, J., LIN, H. M., Voss, H., Yen, I-F & Shih, Y. T. (2016). The OFDI patterns and firm performance of Chinese firms: The moderating effects of multinationality strategy and external factors. *International Business Review*, 25(4), 971-985.
11. Coelho, B. V., Mello, R. C. & Rocha, A. R. (2014). Leblon Cachaça: A born global in a traditional industry. *Journal of Business Research*, 67(4), 567-575.
12. Cuervo-Cazurra, A. (2011). Selecting the country in which to start internationalization: The non-sequential internationalization model. *Journal of World Business*, 46(4), 426-437.
13. Dimitratos, P., Plakoyiannaki, E., Pitsoulaki, A. & Tüselmann, H. J. (2010). The global smaller firm in international entrepreneurship. *International Business Review*, 19(6), 589-606.
14. Efrat, K. & Shoham, A. (2012). Born global firms: The differences between their short- and long-term performance drivers. *Journal of World Business*, 47(4), 675-685.
15. Efrat, K., Gilboa, S. & Yonatany, M. (2017) When marketing and innovation interact: The case of born-global firms. *International Business Review*, 26(2), 380-390.
16. Freeman, S., Hutchings, K., Lazaris, M. & Zyngier, S. (2010). A model of rapid knowledge development: The smaller born-global firm. *International Business Review*, 19(1), 70-84.

17. Gabrielsson, M. & Gabrielsson, P. (2011). Internet-based sales channel strategies of born global firms. *International Business Review*, 20(1), 88-99.
18. Gabrielsson, M., Kirpalani, V. H. M., Dimitratos, P., Solberg, C. A. & Zucchella, A. (2008). Born globals: Propositions to help advance the theory. *International Business Review*, 17(4), 385-401.
19. Gabrielsson, P. & Gabrielsson, M. (2013). A dynamic model of growth phases and survival in international business-to-business new ventures: The moderating effect of decision-making logic. *Industrial Marketing Management*, 42(8), 1357-1373.
20. Gassmann, O. & Keupp, M. M. (2007). The competitive advantage of early and rapidly internationalising SMEs in the biotechnology industry: A knowledge-based view. *Journal of World Business*, 42(3), 350-366.
21. Gerschewski, S. & Xiao, S. S. (2015). Beyond financial indicators: An assessment of the measurement of performance for international new ventures. *International Business Review*, 24(4), 615-629.
22. Gerschewski, S., Rose, E. L. & Lindsay, V. J. (2015). Understanding the drivers of international performance for born global firms: An integrated perspective. *Journal of World Business*, 50(3), 558-575.
23. Gleason, K. C. & Wiggenhorn, J. (2007). Born globals, the choice of globalization strategy, and the market's perception of performance. *Journal of World Business*, 42(3), 322-335.
24. Graterol-López, H. & Sigala-Paparella, L. E. (2014). Empresas de internacionalización acelerada: estudio de casos en Venezuela. *Estudios Gerenciales*, 30(133), 461-468.
25. Gupta, S., Shapiro, D. (2014). Building and transforming an emerging market global enterprise: Lessons from the Infosys journey. *Business Horizons*, 57(2), 169-179.
26. Hewerdine, L. & Welch, C. (2013). Are international new ventures really new? A process study of organizational emergence and internationalization. *Journal of World Business*, 48(4), 466-477.
27. Jantunen, A., Nummela, N., Puumalainen, K. & Saarenketo, S. (2008). Strategic orientations of born globals—Do they really matter?. *Journal of World Business*, 43(2), 158-170.
28. Johanson, M., Martín, O. M. (2015). The incremental expansion of Born Internationals: A comparison of new and old Born Internationals. *International Business Review*, 24(3), 476-496.
29. Jones, G. & Pitelis, C. (2015). Entrepreneurial Imagination and a Demand and Supply-side Perspective on the MNE and Cross-border Organization. *Journal of International Management*, 21(4), 309-321.
30. Jones, M. V., Coviello, N. & Tang, Y. K. (2011). International Entrepreneurship research (1989–2009): A domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26(6), 632-659.
31. Kalinic, I. & Forza, C. (2012). Rapid internationalization of traditional SMEs: Between gradualist models and born globals. *International Business Review*, 21(4), 694-707.
32. Karra, N., Phillips, N. & Tracey, P. (2008). Building the Born Global Firm: Developing Entrepreneurial Capabilities for International New Venture Success. *Long Range Planning*, 41(4), 440-458.
33. Kim, D., Basu, C., Naidu, G.M. & Cavusgil, E. (2011). The innovativeness of Born-Globals and customer orientation: Learning from Indian Born-Globals. *Journal of Business Research*, 64(8), 879-886.
34. Knight, G. A., Liesch, P. W. (2016). Internationalization: From incremental to born global. *Journal of World Business*, 51(1), 93-102.
35. Kuivalainen, O., Saarenketo, S. & Puumalainen, K. (2012). Start-up patterns of internationalization: A framework and its application in the context of knowledge-intensive SMEs. *European Management Journal*, 30(4), 372-385.
36. Kuivalainen, O., Sundqvist, S. & Servais, P. (2007). Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. *Journal of World Business*, 42(3), 253-267.
37. Laanti, R., Gabrielsson, M., Gabrielsson, P. (2007). The globalization strategies of business-to-business born global firms in the wireless technology industry. *Industrial Marketing Management*, 36(8), 1104-1117.
38. Love, J. H., Roper, S. & Zhou, Y. (2016). Experience, age and exporting performance in UK SMEs. *International Business Review*, 25(4), 806-819.
39. Machado, M. A., Nique, W. M. & Fehse, F. B. (2016). International orientation and export commitment in fast small and medium size firms internationalization: scales validation and implications for the Brazilian case. *Revista de Administração*, 51(3), 255-265.

40. Martin, S. L., Javalgi, R. G. & Cavusgil, E. (2016). Marketing capabilities, positional advantage, and performance of born global firms: Contingent effect of ambidextrous innovation. *International Business Review*.
41. Melén, S. & Nordman, E. R. (2009). The internationalisation modes of Born Globals: A longitudinal study. *European Management Journal*, 27(4), 243-254.
42. Michailova, S. & Wilson, H. I. M. (2008). Small firm internationalization through experiential learning: The moderating role of socialization tactics. *Journal of World Business*, 43(2), 243-254.
43. Monferrer, D., Blesa, A. & Ripollés, M. (2015). Born globals through knowledge-based dynamic capabilities and network market orientation. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(1), 18-36.
44. Navarro-García, A., Rondán-Cataluña, F. J. & Rodríguez-Rad, C. J. (2014). Análisis clúster en las franquicias españolas internacionalizadas. Identificación mediante segmentación de clases latentes. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 23(2), 51-60.
45. Nordman, E. R. & Melén, S. (2008). The impact of different kinds of knowledge for the internationalization process of Born Globals in the biotech business. *Journal of World Business*, 43(2), 171-185.
46. Odlin, D. & Benson-Rea, M. (2017). Competing on the edge: Implications of network position for internationalizing small- and medium-sized enterprises. *International Business Review*.
47. Pajunen, K. & Maunula, M. (2008). Internationalisation: A co-evolutionary perspective. *Scandinavian Journal of Management*, 24(3), 247-258.
48. Paul, J. & Gupta, P. (2014). Process and intensity of internationalization of IT firms – Evidence from India. *International Business Review*, 23(3), 594-603.
49. Pellegrino, J. M. & McNaughton, R. B. (2017). Beyond learning by experience: The use of alternative learning processes by incrementally and rapidly internationalizing SMEs. *International Business Review*.
50. Picot-Coupey, K., Burt, S. L. & Cliquet, G. (2014). Retailers' expansion mode choice in foreign markets: Antecedents for expansion mode choice in the light of internationalization theories. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(6), 976-991.
51. Presutti, M., Boari, C. & Fratocchi, L. (2007). Knowledge acquisition and the foreign development of high-tech start-ups: A social capital approach. *International Business Review*, 16(1), 23-46.
52. Rialp-Criado, A., Galván-Sánchez, I. & Suárez-Ortega, S. M. (2010). A configuration-holistic approach to born-global firms' strategy formation process. *European Management Journal*, 28 (2), 108-123.
53. Sepulveda, F. & Gabrielsson, M.. (2013). Network development and firm growth: A resource-based study of B2B Born Globals. *Industrial Marketing Management*, 42(5), 792-804.
54. Sigfusson, T. & Harris, S. (2013). Domestic market context and international entrepreneurs' relationship portfolios. *International Business Review*, 22(1), 243-258.
55. Tan, H. & Mathews, J. A. (2015). Accelerated internationalization and resource leverage strategizing: The case of Chinese wind turbine manufacturers. *Journal of World Business*, 50(3), July 2015, 417-427.
56. Torres-Ortega, R., Rialp-Criado, A., Rialp-Criado, J. & Stoian, M.-C. (2015). How to measure born-global firms' orientation towards international markets?. *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, 19(2), 107-123.
57. Uner, M. M., Kocak, A., Cavusgil, E. & Cavusgil, S. T. Do barriers to export vary for born globals and across stages of internationalization? An empirical inquiry in the emerging market of Turkey. *International Business Review*, 22(5), 800-813.
58. Vanninen, H., Kuivalainen, O. & Ciravegna, L. (2017). Rapid multinationalization: Propositions for studying born micromultinationals. *International Business Review*, 26(2), 365-379.
59. Vissak, T. & Masso, J. (2015). Export patterns: Typology development and application to Estonian data. *International Business Review*, 24(4), August 2015, 652-664.
60. Vissak, T., Francioni, B. (2013). Serial nonlinear internationalization in practice: A case study. *International Business Review*, 22(6), 951-962.
61. Weerawardena, J., Mort, G. S., Liesch, P. W. & Knight, G. (2007). Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective. *Journal of World Business*, 42(3), 294-306.
62. Yanto Chandra, Nicole Coviello. (2010). Broadening the concept of international entrepreneurship: 'Consumers as International Entrepreneurs'. *Journal of World Business*, 45(3), 228-236.

63. Zhou, L. (2007). The effects of entrepreneurial proclivity and foreign market knowledge on early internationalization. *Journal of World Business*, 42(3), 281-293.