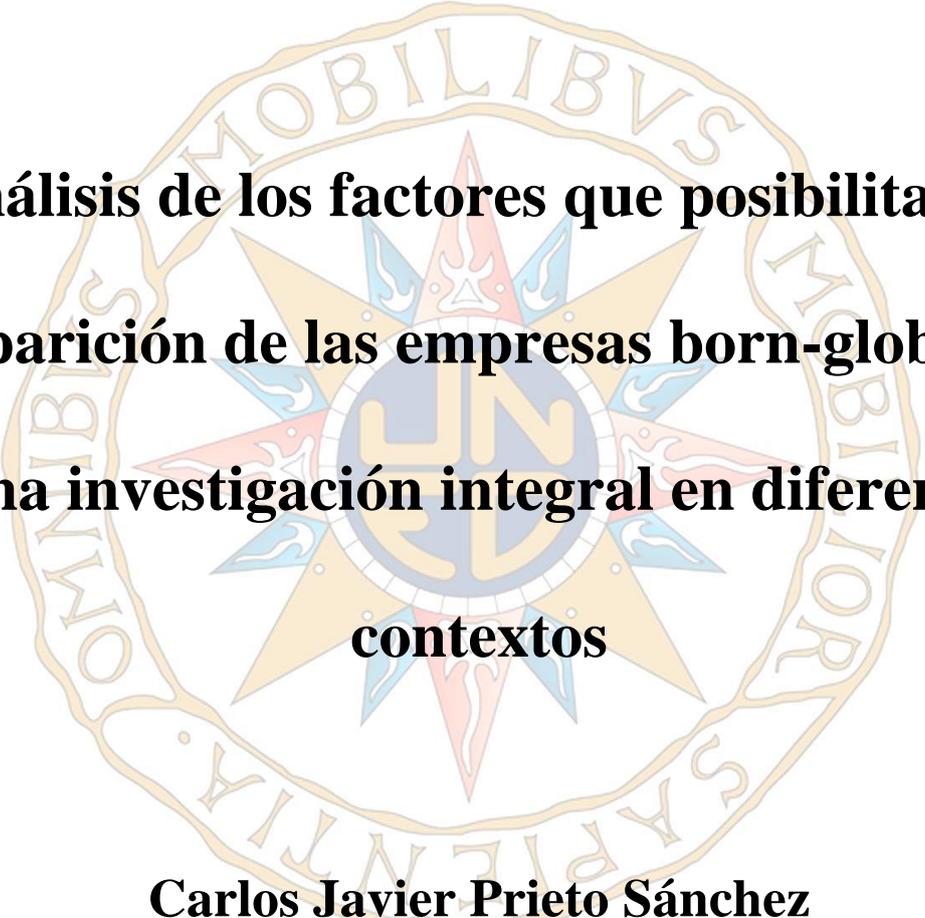


TESIS DOCTORAL

2021



**Análisis de los factores que posibilitan la
aparición de las empresas born-global:
Una investigación integral en diferentes
contextos**

Carlos Javier Prieto Sánchez

**Programa de Doctorado Interuniversitario en
Economía (DEcIDE)**

Director: Fernando Merino de Lucas

Índice

Índice	2
Lista de Abreviaturas	5
Lista de Tablas y Figuras	6
Capítulo 1. Introducción	9
1.1. Antecedentes	10
1.2. Motivación	13
1.3. Contribución y estructura.....	15
1.4. Definición de empresa BG	18
1.5. Metodología	20
Capítulo 2. Prevalencia del fenómeno born-global en diferentes países: una perspectiva integrada	25
2.1 Introducción	26
2. 2. Marco teórico	28
2.2.1. Factores individuales	29
2.2.2. Factores del país	30
2.3. Hipótesis.....	30
2.3.1. Factores empresariales.....	31
2.3.2. Factores del entorno	34
2.3.3. Factores moderadores del entorno.....	35
2.4. Análisis empírico	38
2.4.1. Datos.....	38
2.4.2. Variables y Metodología	40

2.5. Resultados	45
2.6. Discusión.....	50
Capítulo 3. Incidencia de los factores culturales, económicos y del entorno en el surgimiento de empresas born-global en Latinoamérica	55
3.1. Introducción	56
3.2. Marco teórico	59
3.2.1 Factores individuales	62
3.2.2. Factores del país	63
3.3. Hipótesis.....	64
3.3.1. Factores culturales	65
3.3.2. Factores económicos	67
3.3.3. Factores moderadores del entorno	68
3.4. Análisis empírico	69
3.4.1. Datos.....	69
3.4.2. Variables y Metodología	71
3.5. Resultados	74
3.6. Discusión.....	78
Capítulo 4. El papel de las características del emprendedor para ser una empresa born-global.....	83
4.1. Introducción	84
4.2 Marco teórico	86
4.3. Hipótesis.....	88
4.3.1. Factores específicos del emprendedor.....	88

4.3.2. Factores innovadores	97
4.4. Análisis empírico	99
4.4.1. Datos	99
4.4.2. Metodología.....	99
4.4.3. Resultados.....	103
4.5. Discusión.....	108
Capítulo 5. Conclusiones	111
Capítulo 6. Limitaciones y futuras líneas de investigación	121
7. Referencias	127

Lista de Abreviaturas

BG: born-global

EFT: empresas en una fase temprana

GEM: Global Entrepreneurship Monitor

H: renta alta

I+D: Investigación y desarrollo

ISGEP: International Study Group on Exports and Productivity

LM: renta media-baja

MIT: Instituto Tecnológico de Massachusetts

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

OLI: Ownership, Location e Internalisation

PIB: Producto Interior Bruto

PYME: pequeñas y medianas empresas

Mercosur: Mercado Común del Sur

UM: renta media-alta

Lista de Tablas y Figuras

FIGURA 1. Marco conceptual de GEM	21
FIGURA 2. Marco teórico de GEM	21
FIGURA 3. Modelo de integración de factores individuales y del país	31
TABLA 1. Clasificación de países según año y nivel de desarrollo	40
TABLA 2. Indicadores seleccionados para el modelo de integración de factores individuales y del país	46
TABLA 3. Estadísticos descriptivos y matriz de correlación del modelo de integración de factores individuales y del país	47
TABLA 4. Resultados de la regresión logística del modelo de integración de factores individuales y del país.....	48
FIGURA 4. Modelo conceptual de factores individuales y del país en América Latina	62
TABLA 5. Indicadores seleccionados para el modelo de integración de factores individuales y del país en América Latina.....	73
TABLA 6. Estadísticos descriptivos y matriz de correlaciones del modelo de integración de factores individuales y del país en América Latina	75
TABLA 7. Resultados de la regresión logística del modelo de integración de factores individuales y del país en América Latina	76
FIGURA 5. Modelo de integración con los factores específicos del emprendedor y los factores innovadores asociados en España.....	89
TABLA 8. Indicadores seleccionados para el modelo de integración con los factores específicos del emprendedor y los factores innovadores asociados en España.....	103
TABLA 9. Estadísticos descriptivos y matriz de correlaciones del modelo de	

integración con los factores específicos del emprendedor y los factores innovadores asociados en España.....	104
TABLA 10. Resultados de la regresión logística del modelo de integración con los factores específicos del emprendedor y los factores innovadores asociados en España.....	106

Capítulo 1. Introducción

Capítulo 1. Introducción

1.1. Antecedentes

Desde finales de la década de 1980, muchas empresas han iniciado sus actividades centrando sus esfuerzos en el mercado internacional. Evitando una discusión terminológica y de acuerdo con una gran parte de la literatura académica, estas empresas son etiquetadas como “born-global (BG)”. Es destacable que las actividades internacionales de estas BG (Bell *et al.*, 2001; Coviello, 2006; Knight y Cavusgil 1996; Moen y Servais, 2002; Oviatt y McDougall, 1994; Rennie, 1993; Sharma y Blomstermo, 2003) no se han desarrollado de manera gradual, ni dedican recursos a su internacionalización de manera importante como sugieren otros modelos como por ejemplo el de la Escuela de Uppsala (Johanson y Vahlne, 1977) o el modelo OLI (Dunning, 1988). En su lugar, han utilizado otro tipo de factores como los activos intangibles únicos de los que disponen o el conocimiento de un campo determinado. Las pequeñas y medianas empresas (PYME) tienen recursos humanos y financieros limitados, por lo que saber cómo estas empresas tienen éxito en sus negocios internacionales a pesar de contar con estos recursos limitados se ha convertido en un tema de gran interés. Las exportaciones tienen un impacto positivo en la prosperidad nacional, el crecimiento económico y contribuyen al desarrollo de las industrias nacionales, así como a la mejora de la productividad y a la creación de empleo (Hessels y Van Steel, 2011; Raghutla, 2020), habiendo recibido una especial atención la relación entre la apertura a los mercados internacionales y la productividad de las empresas (Fariñas y Martín-Marcos, 2010). Asimismo, la diversificación en la cesta de exportaciones de un país tiene un efecto positivo en su crecimiento económico (Sarin *et al.*, in press), estando generalmente los productos más complejos relacionados con un mayor nivel de productividad de las empresas (Guan y Cheng, 2020).

Se define una empresa BG como aquella que, desde su fundación o cerca de ella, ha tratado de obtener una parte sustancial de sus ingresos de la venta de sus productos en mercados internacionales (Cavusgil y Knight; 2015; Knight, 1997). Estas BG se distinguen por la fuerte visión internacional que han tenido desde su creación (Rennie, 1993; Knight y Cavusgil, 1996) y el hecho de internacionalizarse de una manera que muestra un patrón diferente al conceptualizado en las teorías tradicionales de internacionalización (McDougall *et al.*, 1994, Knight y Cavusgil, 1996). Oviatt y McDougall (1994) señalan que a diferencia de las organizaciones que evolucionan de manera gradual de empresas nacionales a empresas multinacionales, las empresas BG comienzan a operar con una estrategia internacional proactiva.

La literatura sobre las empresas BG surgió en la década de 1990 cuando Rennie (1993) acuñó el término born-global. Las investigaciones realizadas en esa década (Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997) permitieron comparar la internacionalización temprana de las empresas con las teorías y modelos existentes de negocios internacionales. Para explicar el proceso de internacionalización de las empresas BG se han utilizado enfoques teóricos muy diversos entre los cuales podemos destacar los siguientes: (1) la visión basada en los recursos (Baum *et al.*, 2015; Chetty y Campbell-Hunt, 2004; Freeman y Cavusgil, 2007; Gassmann y Keupp; 2007; Gerschewski *et al.*, 2015 ; Westhead *et al.*, 2001), (2) la visión basada en las capacidades (Knight y Cavusgil; 2004; McDougall *et al.*, 1994; Weerawardena *et al.*, 2007) y (3) la visión de red (Coviello, 2006; Fernhaber y Li, 2013; Gerschewski *et al.*, 2015; Loane y Bell; 2006, Freeman *et al.*, 2006; Manolova *et al.*, 2014; Milanov y Fernhaber 2014; Prashantham y Birkinshaw 2015; Sharma y Blomstermo, 2003; Zhou *et al.*, 2010).

La visión basada en los recursos es sumamente importante para este tipo de empresas (Knight y Cavusgil, 2004), habiéndose encontrado en la literatura cuatro tipos

principales de recursos: organizacionales, tecnológicos, relacionales y humanos (Rialp *et al.*, 2005a). Con referencia a la visión basada en las capacidades, Weerawardena *et al.* (2007) concluyen que la velocidad con la que se realiza la primera actividad internacional, el número de países a los que exporta la empresa y el porcentaje que suponen las exportaciones respecto a los ingresos totales están influenciados por tres capacidades dinámicas: la capacidad de aprendizaje centrada en el mercado, la capacidad de aprendizaje centrada en el ámbito interno de la empresa y la capacidad de creación de redes. Respecto a la visión de red, las redes desempeñan un papel importante a la hora de anticiparse y conocer lo que ocurre en el mercado, afectando al proceso de internacionalización de las empresas (Sharma y Blomstermo, 2003), reduciendo los riesgos asociados a la internacionalización temprana (Baum *et al.*, 2015) y pudiendo acceder gracias a estas redes a oportunidades internacionales (Haskell *et al.*, 2016; Laurell *et al.*, 2017; Nowiński y Rialp, 2016; Sepulveda y Gabrielsson, 2013).

Además de los enfoques teóricos aplicados al estudio de las empresas BG, la literatura académica se ha centrado en los factores que influyen en la aparición de las empresas BG combinando factores del emprendedor, de la empresa y del entorno (Jiang *et al.*, 2020). En lo que respecta al emprendedor, diversos estudios (por ejemplo, Johanson y Martín Martín, 2015; McDougall *et al.*, 2003) han revisado cómo la adquisición de experiencia de los emprendedores es fundamental para la internacionalización al ayudar a reconocer oportunidades, utilizándose como medio fundamental para hacer realidad las aspiraciones de crecimiento del emprendedor de una empresa BG (Gruenhagen *et al.*, 2018). Otros factores del emprendedor que influyen en la internacionalización temprana y que se han revisado en la literatura son, entre otros, el nivel educativo o experiencia (Gilbert *et al.*, 2006), la motivación orientada a la oportunidad (Amorós *et al.*, 2016a), la percepción de los riesgos de internacionalización (Kiss *et al.*, 2013), la edad (Varma *et*

al., 2016), el género (Lee *et al.*, 2016), las intenciones (Evald *et al.*, 2011), el papel del emprendedor en los procesos de aprendizaje (Kungwansupaphan y Siengthai, 2014; Voudouris *et al.*, 2011) o el espíritu empresarial (Evald *et al.*, 2011; Odorici y Presutti, 2013). Respecto a los factores de la empresa, la innovación (Cavusgil y Knight, 2015; Falahat *et al.*, 2018), la tecnología (Coelho *et al.*, 2014; Kim *et al.*, 2011; Yang y Gabrielsson; 2017), la cultura de la organización (Gabrielsson *et al.*, 2014), o el marketing (Efrat *et al.*, 2017; Martin *et al.*, 2017), entre otros, contribuyen al fenómeno de esta internacionalización temprana. Con referencia a los factores del entorno, Peiris *et al.* (2012) indican que la investigación en las empresas que se internacionalizan se asocia con las características del país, de la industria y del mercado en el que está ubicada la empresa. Hessels y Van Stel (2011) estudiaron los efectos de la internacionalización temprana sobre el crecimiento económico, mientras que De Clercq *et al.* (2008) señalaron que el número empresas recién creadas en el país orientadas a la exportación afecta a la posterior aparición de nuevas empresas. Con referencia al sector Taylor y Jack (2016) confirmaron que éste influye en el ritmo de la internacionalización, mientras que McCormick y Somaya (2020), apuntaron que el entorno institucional influye en la estrategia de internacionalización temprana de las empresas.

Por lo tanto, en esta tesis abordamos los factores determinantes que influyen en la internacionalización temprana de las empresas presentando factores individuales, organizativos y del entorno en el que se encuentra la empresa, así como sus interacciones entre ellos, aplicando modelos de perspectiva múltiple que abarca diversos marcos teóricos.

1.2.Motivación

La creación de empresas es un mecanismo que estimula el crecimiento económico, mejora la distribución de los ingresos y reforma la estructura económica (Galindo-Martin *et al.*,

2010), y se considera un poderoso instrumento para activar la economía (Acs *et al.*, 2012; De Jorge-Moreno, 2017) y la mejora de la productividad (Martín-Marcos y Jaumandreu, 2004). En este contexto, como observan Hessels y van Stel (2011), la actividad exportadora generada por la creación de empresas puede ser una estrategia importante para lograr el crecimiento económico interno.

Ante esta situación, los estudios que explican (y en consecuencia pueden ayudar a diseñar políticas para) la promoción del emprendimiento, así como la creación de empresas, son importantes, no solo para el tema en sí mismo, sino también para el efecto positivo que se extiende por toda la sociedad. En concreto, en el caso de las empresas BG, es decir, aquellas organizaciones que desarrollan actividades internacionales desde una etapa temprana de su vida, es especialmente interesante, ya que estas empresas combinan los efectos positivos de la creación de empresas y la expansión de su compromiso internacional. Asimismo, dado que las empresas BG suelen ser más sólidas (Weerawardena *et al.*, 2019) y presentan menos riesgo de fracaso, merecen una atención especial. Además, dado que estas empresas cuestionan la visión convencional en la que una empresa desarrolla actividades internacionales después de haber acumulado experiencia, conocimiento y otras ventajas en sus mercados nacionales, se ha convertido en un caso de sumo interés, generando su propia literatura específica.

Esta tesis presenta investigaciones sobre la existencia y el crecimiento de las empresas BG, empresas que se internacionalizan desde o muy cerca de su creación, contribuyendo a la literatura existente analizando determinados factores clave que influyen en la creación de empresas BG en diversos contextos de distintas áreas geográficas. Como analizaremos posteriormente hay cuestiones sin resolver en la literatura existente (Bembom y Schwens, 2018; Dzikowski, 2018; García-Lillo *et al.*, 2017; Øyna y Alon, 2018; Paul y Rosado-Serrano, 2019) y es precisamente en estas

preguntas en las que esta tesis profundiza y amplía la investigación realizada hasta la fecha.

1.3. Contribución y estructura

Esta tesis pretende abordar algunas de las cuestiones principales que se mantienen sin resolver en el ámbito de las empresas BG. Las preguntas principales que se pretenden responder son las siguientes:

- (1) ¿Cuáles son los factores motivadores o desencadenantes con los que tiene que contar un emprendedor para crear una empresa BG, (2) ¿Cómo influyen los factores del entorno en la creación de una empresa BG? (3) ¿Qué factores influyen en la creación de empresas BG en América Latina, tanto en lo relativo al individuo como al país? y (4) ¿Qué rasgos personales del emprendedor ayudan a dar a una nueva empresa un carácter BG?

La tesis está estructurada en cinco capítulos: un capítulo introductorio, tres capítulos que desarrollan y dan respuesta a las preguntas principales que se intentan responder señaladas en el punto anterior, un capítulo con las conclusiones y un último capítulo con las limitaciones y futuras líneas de investigación.

El capítulo 2 examina el efecto de los factores clave que influyen en la creación de empresas BG, incluyendo la innovación, el espíritu emprendedor y la motivación, así como diversos factores económicos y del entorno entre países en desarrollo y países desarrollados. Se abordan dos temas principales de la literatura existente, y nuestra contribución está relacionada con estos temas, ninguno de los cuales ha sido suficientemente cubierto hasta la fecha (Romanello y Chiarvesio, 2019). En primer lugar, aunque la literatura ha proporcionado resultados diferentes en función del contexto de observación, existe un vacío en cuanto a cómo el contexto y las instituciones influyen en el desarrollo de las actividades comerciales internacionales de manera que se pueda

avanzar en el estudio de las características multidireccionales de las empresas de BG. En segundo lugar, ampliamos el conjunto de diferencias económicas y culturales que determinan el carácter BG a través de un estudio longitudinal que analiza esta cuestión en un conjunto de países cuya diversidad nos permite revelar conclusiones importantes que los resultados anteriores no han proporcionado. En este sentido, incluimos países muy diversos como Chile y Hungría, que según el Banco Mundial son economías de altos ingresos con índices de control de la corrupción y una efectividad del gobierno positivas, mientras que Brasil y Rumania son países de ingresos medios altos que exhiben índices de control de corrupción y una efectividad del gobierno negativos.

El capítulo 3 se centra en el efecto que determinados factores culturales y económicos esenciales tienen en la aparición de empresas BG, desarrollándose un estudio para el caso de los países de América Latina. Se abordan dos temas importantes que tampoco han sido suficientemente cubiertos por la literatura existente, como lo identifican Romanello y Chiarvesio (2019). En primer lugar, mientras que la literatura existente analiza la correlación entre el emprendimiento internacional y las variables económicas, pocos estudios se han centrado en formular hipótesis que relacionen directamente el desarrollo y el emprendimiento de una manera que permita examinar las características multidimensionales de las empresas BG. En segundo lugar, mediante el desarrollo de un estudio longitudinal que analiza si estas variables individuales y socioeconómicas en América Latina conforman las empresas BG, combinamos las diferencias entre los países estudiados con sus rasgos comunes, permitiendo así destacar mejor la relevancia de algunos de los factores examinados. Por ejemplo, en términos de características culturales y demográficas, “América Latina es relativamente homogénea en comparación con otras partes del mundo” (Vassolo *et al.*, 2011, p. 24): los países comparten una historia colonial similar, con una lengua común, religión y estructura jurídica (Velez-Calle *et al.*, 2018).

Las democracias se han consolidado, con pocos conflictos militares en la región y persisten relaciones armoniosas entre los países, aunque las instituciones muestran vulnerabilidades como los altos niveles de corrupción (Aguinis *et al.*, 2020). Además, en el campo específico del emprendimiento, encontramos que, si bien estas economías comparten altas tasas de emprendimiento, sus empresas emprendedoras presentan poco potencial de crecimiento (Puente *et al.*, 2019) y las actitudes políticas hacia el papel de las empresas difieren. Todas estas condiciones únicas nos permitirán conocer la influencia que tienen determinados factores esenciales en la aparición de las empresas BG. Es cierto que existen ciertas diferencias dentro de la región: según los datos del Banco Mundial, Chile y Uruguay son economías de altos ingresos con índices positivos de control de la corrupción, mientras que Argentina, Colombia y Perú son países de renta media alta que presentan índices negativos de control de corrupción; además, Chile es considerado el 15° país más libre del mundo según el Índice de Libertad Económica de la Fundación Heritage, mientras que Argentina ocupa el puesto 149°. Teniendo en cuenta estas diferencias, los factores identificados nos permitirán destacar la pertinencia de estas diferencias sin introducir perturbaciones de otras fuentes.

El capítulo 4 analiza cómo algunas características específicas de un emprendedor son determinantes para llevar a las empresas en una fase temprana (EFT) a convertirse en BG. Este capítulo contribuye a la literatura como parte del debate sobre el emprendimiento internacional (Terjesen *et al.*, 2016), construyendo un marco teórico de factores que pueden afectar la internacionalización temprana de las empresas. El estudio examina el efecto de las habilidades profesionales del emprendedor, su espíritu empresarial y su compromiso con la innovación. Elegimos estas dimensiones sobre la base de la literatura empresarial internacional (Knight y Cavusgil, 1996; Oviatt y McDougall, 1994; Rennie, 1993) que ha consolidado estos factores como los principales

determinantes de ser una empresa BG (De Clercq *et al.*, 2012). Estas dimensiones son los elementos básicos que permiten el análisis de los determinantes de una EFT como BG. Aunque las tres dimensiones identificadas son diferentes, estas están relacionadas entre sí. Al analizar la interacción entre los elementos específicos del emprendedor y los factores innovadores, es posible descubrir, evaluar y explotar las oportunidades en los mercados internacionales en una fase temprana.

1.4. Definición de empresa BG

Cabe señalar que la literatura académica no ha llegado a un consenso para distinguir a las empresas BG de las empresas no BG (Øyna y Alon; 2018). A lo largo de esta tesis, utilizamos los criterios propuestos por Knight y Cavusgil (2004) para distinguir a las empresas BG de las que no lo son. Estos criterios, en particular, el tiempo transcurrido desde la fundación de la empresa y su primera exportación, así como el porcentaje de las ventas de la empresa en los mercados internacionales, se han utilizado ampliamente en la literatura (Chetty y Campbell-Hunt, 2004; Choquette *et al.*, 2017; Dzikowski, 2018; Glaister *et al.*, 2014; Knight *et al.*, 2004; Kuivalainen *et al.*, 2007; Loane *et al.*, 2007; Nummela *et al.*, 2014; Sleuwaegen y Onkelinx; 2014; Sui y Baum, 2014)

En cuanto a la velocidad de la internacionalización, existen diferentes enfoques que abordan el tiempo necesario para considerar una empresa como BG (Madsen, 2013; Taylor y Jack, 2013). Estas diferencias incluyen un año (Schwens y Kabst, 2009), dos años (Chetty y Campell-Hunt, 2004; Rennie, 1993), tres años (Coviello, 2006; García-Cabrera *et al.*, 2017; Harveston *et al.*, 2000; Madsen *et al.*, 2000; Nordman y Melén, 2008), cinco años (Acedo y Jones, 2007), y hasta seis años después de la creación (Fernhaber *et al.*, 2007; Yeoh, 2004). En relación con el porcentaje de ventas de empresas generadas en los mercados internacionales, el umbral del 25 % del volumen de negocios total de la empresa es el valor límite más común para considerar una empresa como BG

(Harveston *et al.*, 2000; Hashai, 2011; Knight *et al.*, 2004; Knight y Cavusgil, 2004; Knight y Kim, 2009; Kuivalainen *et al.*, 2007; Madsen *et al.*, 2000). Sin embargo, otros estudios han utilizado porcentajes inferiores al 25 % (McDougall, 1989; McDougall y Oviatt, 1996; Zahra *et al.*, 2000) o por encima del 25% (Chetty y Campbell-Hunt, 2004; Luostarinen y Gabrielsson, 2006).

Otras investigaciones indican que para definir una verdadera BG se debería introducir el número de mercados a los que se llega, introduciéndose el concepto de born regional para aquellas empresas que centran sus actividades de internacionalización en países ubicados en la misma región geográfica (Baum *et al.*, 2015; Lopez *et al.*, 2009; Sui y Baum, 2012). Asimismo, algunos autores han establecido un umbral de destino de las exportaciones de cinco países (Kuivalainen *et al.*, 2012; Sleuwaegen y Onkelinx, 2014) en al menos dos regiones geográficas. Respecto al límite de exportación del 25%, algunos autores (Madsen, 2013; Rasmussen *et al.*, 2012; Sleuwaegen y Onkelinx, 2014) señalan que este límite puede ser demasiado bajo para las economías muy pequeñas. Asimismo, otros estudios indican que también se debe incorporar el número de actividades de la cadena de valor de la empresa que se lleven a cabo en otros países (Madsen, 2013; Oviatt y McDougall, 1994). En la presente tesis, al analizar tanto mercados pequeños como grandes no empleamos ni el alcance ni el número de países a los que se llega como parámetro definitorio, ni tampoco el criterio de la cadena de valor, por lo que nos unimos a otros autores (por ejemplo, Coviello, 2015) y señalamos que una adopción más rigurosa de categorías y clasificaciones como la nuestra, según las correspondientes definiciones operativas, puede conducir al progreso teórico (Romanello y Chiarvesio, 2019).

Tras los estudios previos señalados y las definiciones operativas señaladas, que combinan el tiempo después de la creación de la empresa y la intensidad de exportación, consideramos que las empresas son BG si el 25 % o más de sus clientes estaban ubicados

en el extranjero y si su internacionalización se produjo de manera rápida, alcanzándose el porcentaje de más del 25 por ciento de exportación por aquellas empresas con una antigüedad de entre 3 y 42 meses.

1.5. Metodología

Para poder llevar a cabo la investigación realizada se utiliza como fuente de datos primaria el estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM). GEM es el estudio anual más importante en el campo del emprendimiento, que abarca la población adulta e incluye información sobre emprendedores y no emprendedores, contexto personal y características de las empresas (Reynolds *et al.*, 2005). El estudio GEM es uno de los conjuntos de datos más completos sobre la dinámica del emprendimiento, y es adecuado para el análisis de empresas BG, habiéndose utilizado en multitud de estudios en este campo (Escandón-Barbosa y Hurtado-Ayala, 2014; Ewald, *et al.*, 2011; Hessels y van Stel, 2011; Lamotte y Colovic, 2013; Muralidharan y Pathak, 2017).

El objetivo principal de GEM es estimar, utilizando una metodología estandarizada, la prevalencia de las personas involucradas en actividades empresariales en un solo momento mediante el análisis de la población adulta en más de 100 países y regiones. El estudio incluye información tanto para emprendedores como para no emprendedores en elementos como datos demográficos (p. ej. edad, género) y contexto personal (p. ej. motivación, temor al fracaso), así como las características de las nuevas empresas, como la proporción de clientes que viven fuera del país, las aspiraciones de crecimiento, el uso de la tecnología por parte de las empresas y el sector (Reynolds *et al.*, 2005).

El marco conceptual de GEM (ver Figura 1) está diseñado para la investigación y análisis de actividades empresariales, aspiraciones y actitudes tanto en lo relativo al individuo como al país.

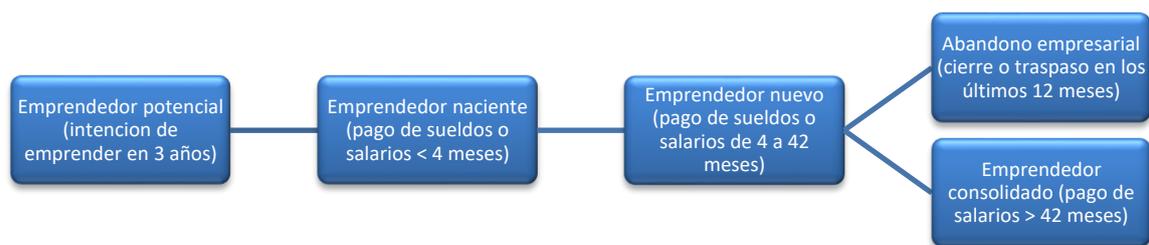
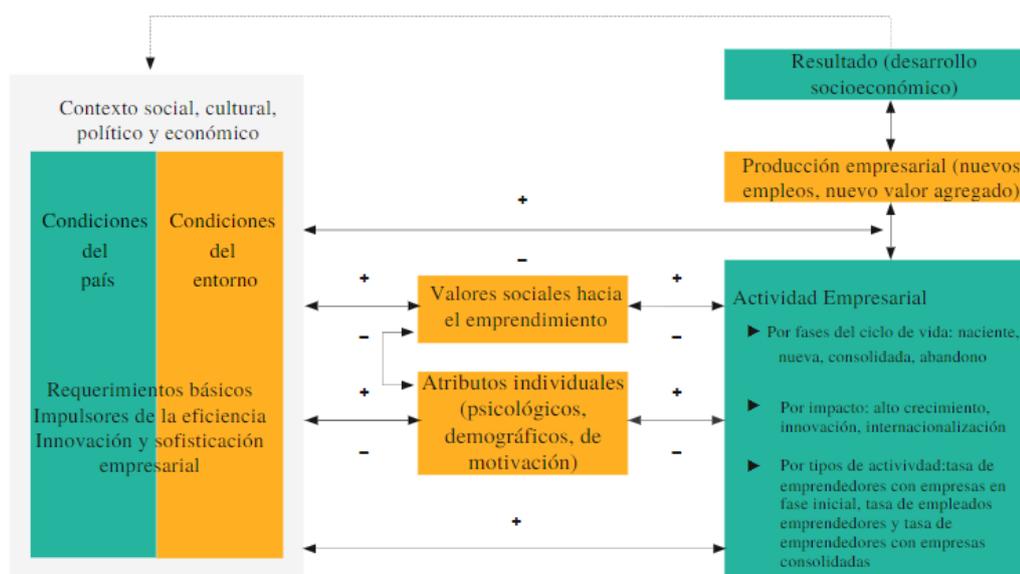


FIGURA 1. Marco conceptual de GEM

El estudio GEM explora las diferencias en los tipos y fases del proceso de emprendimiento, mientras que la cultura del emprendimiento está vinculada a aquellas condiciones que apoyan o dificultan la creación de nuevas empresas. El GEM estima el porcentaje de la población adulta (es decir, personas de 18 a 64 años de edad) que participan activamente en el inicio de una nueva empresa y los separa en dos categorías. La primera categoría está compuesta por emprendedores incipientes que han iniciado el proceso de creación de una nueva empresa pero que no han pagado ningún sueldo ni ningún salario durante más de tres meses; la segunda categoría está integrada por nuevos emprendedores que han pagado sueldos y salarios durante más de tres meses, pero menos de 42 meses. Más detalles sobre el marco teórico de GEM puede encontrarse en la Figura 2.



Fuente: Informe GEM Global (Kelley *et al.* 2016, p. 12).

FIGURA 2. Marco teórico de GEM

Según el estudio GEM, el pago por parte de una empresa de cualquier tipo de retribuciones durante más de tres meses a cualquier persona, incluyendo a sus propietarios, es el momento en el que se considera que el negocio “nace”. Así, la distinción entre emprendedores nacientes y emprendedores nuevos dependerá de la variable antigüedad y de si se pagan o no sueldos o salarios durante más de tres meses.

Siguiendo la metodología de GEM, nos centramos a lo largo de la tesis en los encuestados que participaron activamente en nuevas actividades empresariales, que eran actuales propietarios-gerentes de una empresa y que manifiestan haber pagado sueldos o salarios durante más de tres meses y menos de 42, que sería lo que GEM califica como “emprendedores nuevos”.

Por lo tanto, las definiciones de BG y el marco conceptual de GEM se adaptan a estudios previos realizados (Amorós *et al.*, 2016a; Yang *et al.*, 2020; Reynolds *et al.*, 2005). En nuestro caso y dadas las características de las empresas BG no incluimos a empresas de más de 42 meses ni a los que se consideran emprendedores nacientes (emprendedores que han pagado retribuciones por un período igual o inferior a 3 meses), por lo que, los datos GEM utilizados en esta tesis son adecuados para contrastar las hipótesis propuestas, lo cual nos va a permitir analizar y comprender las características de las empresas BG.

Además de los datos obtenidos de GEM como fuente de datos principal, se utilizan datos obtenidos del Banco Mundial, así como del Observatorio de la Complejidad Económica.

En los modelos econométricos propuestos para el contraste de las hipótesis planteadas a lo largo de los diferentes capítulos, se utiliza una variable dependiente discreta, que se refiere a si el emprendedor es un emprendedor de una empresa BG, en lugar de una empresa no internacionalizada de nueva creación, realizándose las

estimaciones a través de modelos de regresión logísticos binarios.

Capítulo 2. Prevalencia del fenómeno born-global en diferentes países: una perspectiva integrada

Capítulo 2. Prevalencia del fenómeno born-global en diferentes países: una perspectiva integrada

2.1 Introducción

En los últimos 20 años se han realizado importantes contribuciones académicas al ámbito del emprendimiento internacional (Baier-Fuentes *et al.*, 2019; Terjesen *et al.*, 2016). Dentro del emprendimiento internacional, la internacionalización temprana de las empresas es uno de los aspectos más estudiados (Braunerhjelm y Halldin, 2019; Falahat *et al.*, 2018; Jiang *et al.*, 2020), utilizando, en particular, el término born-global (BG) (Rennie 1993; Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997). Estas empresas BG se caracterizan por comenzar a operar en los mercados internacionales desde su creación o poco después de su creación (Knight y Cavusgil, 2004; Oviatt y McDougall, 1994). A pesar de numerosos estudios de investigación sobre este tipo de empresas (Paul y Rosado-Serrano, 2019), todavía hay líneas de investigación en las que hay que avanzar (Øyna y Alon, 2018), especialmente en el desarrollo de modelos explicativos (Knight y Liesch, 2016).

Siguiendo a Lu *et al.* (2020), este capítulo se centra en la diferente extensión del emprendimiento internacional entre países siguiendo un enfoque integrador. En este capítulo proponemos combinar las literaturas de emprendimiento e internacionalización, empleando un enfoque multidisciplinar con una dimensión temporal. En particular, incorporamos nuevos aspectos que la literatura reciente solicita (Mostafiz *et al.*, in press). Con el fin de proporcionar una mejor comprensión de la diferente prevalencia de este tipo de empresas en todos los países, comparamos las características de las empresas BG y sus procesos de internacionalización tanto en países desarrollados como en desarrollo, incluidos países que, hasta la fecha, no han sido estudiados dentro del fenómeno BG (Romanello y Chiarvesio, 2019). Concretamente, comprobamos empíricamente si

factores poco estudiados hasta la fecha, asociados con el emprendedor, o con el entorno en el que se crea la empresa afectan a la creación de empresas BG, y explicamos cómo determinados factores moderadores restringen esta relación. Incorporar estos impulsores únicos de las empresas BG a las razones explicativas y comparar las economías desarrolladas y en desarrollo es esencial para avanzar en el estudio de este tipo de empresas, proporcionando una interpretación precisa de la dinámica empresarial observada entre países con diferentes niveles de ingresos. Los resultados de este análisis proporcionan una mejor comprensión de cómo las características de los factores del individuo como del país afectan a las empresas BG y, por lo tanto, ayudan a explicar por qué las BG muestran una prevalencia diferente entre los países. Respecto a los factores del individuo, nos centramos en los factores del emprendedor, mientras que, respecto a los factores del país, nos centramos en los factores del entorno en el que el emprendedor lanza su proyecto.

La necesidad de prestar atención tanto al emprendedor como al país para explicar la prevalencia del fenómeno BG está bien consolidada en la literatura existente. Knight y Liesch (2016) sugieren la realización de estudios sobre empresas BG utilizando datos longitudinales a través de varias unidades de análisis, incluyendo factores que capturen tanto las características del emprendedor como del país en el que se encuentra la empresa. Paul *et al.* (2017a) señalaron que debe prestarse atención a los diferentes factores que influyen en la internacionalización de las empresas y a comprender su interacción tanto interna (individual) como externa (país). Jiang *et al.* (2020) sugirieron la necesidad de proponer un modelo teórico integrado que incorpore los factores del emprendedor y el entorno para avanzar en la comprensión de las empresas que se internacionalizan en sus inicios. Por último, Romanello y Chiarvesio (2019) indicaron que los estudios deben analizar la influencia de las instituciones en las empresas BG. Todos estos resultados

anteriores sugieren que es necesaria una perspectiva integrada que combine factores del individuo y factores del país para explicar plenamente el fenómeno. Nuestro análisis parte de este marco y se aplica a un amplio y diverso conjunto de países (diez países desarrollados: Chile, Croacia, Eslovenia, España, Finlandia, Grecia, Hungría, Países Bajos, Reino Unido y Uruguay, y tres en desarrollo: Brasil, Colombia y Perú) que podrán aportar conclusiones valiosas y sólidas.

En este capítulo pretendemos dar una respuesta más completa a las dos preguntas siguientes: (1) ¿Cuáles son los factores motivadores o desencadenantes con los que tiene que contar un emprendedor para crear una empresa BG?, y (2) ¿Cómo influyen los factores del entorno en la creación de una empresa BG?

Para contrastar nuestras hipótesis, utilizamos la información de los factores del individuo proporcionada por el GEM para los 13 países sobre los que se disponía de datos completos entre 2007 y 2016, junto con la información recopilada por el Banco Mundial.

El presente capítulo está estructurado de la siguiente manera. La sección 2.2 presenta el marco de análisis basado en la literatura existente sobre los factores empresariales y del entorno que caracterizan a las empresas BG. En la sección 2.3 se analizan cada una de las hipótesis en relación con el trabajo existente en los países analizados. En la sección 2.4 se presenta la metodología, en la sección 2.5 se presentan los resultados y en la sección 2.6 se analizan los mismos.

2. 2. Marco teórico

El emprendimiento está relacionado con el crecimiento y el desarrollo económico (Acs *et al.*, 2018; Szerb *et al.*, 2019). Los factores determinantes para el inicio de las actividades comerciales varían de un país a otro, no solo en los niveles de desarrollo económico, sino también en las diferencias culturales y del entorno (Freytag y Thurik, 2007), lo cual puede explicar las diferencias en la prevalencia de este fenómeno. La investigación sobre la

internacionalización de las empresas ha generado un amplio conjunto de artículos empíricos y teóricos sobre los factores que estimulan la decisión de iniciar una internacionalización temprana (Baier-Fuentes *et al.*, 2019; Jiang *et al.*, 2020; Paul y Rosado-Serrano, 2019; Rodríguez-Ruiz *et al.*, 2019).

Utilizando diferentes perspectivas, la literatura existente ha concluido que existen factores individuales (Knight y Liesch, 2016) y factores del entorno (Ahmed y Brennan, 2019) que explican por qué las empresas se internacionalizan desde su creación (Jiang *et al.*, 2020). Siguiendo a Cannone y Ughetto (2014), utilizamos una perspectiva integrada mediante la realización de una investigación multinivel, examinando cómo la aparición de empresas BG es el resultado de factores individuales del emprendedor y factores del país.

2.2.1. Factores individuales

La actividad empresarial depende no solo del nivel de desarrollo de la economía, sino también de las percepciones individuales del emprendedor (Crecente-Romero *et al.*, 2016). El análisis de los factores individuales que influyen en la internacionalización revela que aspectos como las características organizativas y personales del emprendedor tienen un importante poder explicativo (Cavusgil y Knight, 2015; Gabrielsson *et al.*, 2014; Li, *et al.*, 2015). Estudios centrados en los rasgos personales de los emprendedores han producido una serie de resultados teóricos y empíricos a este respecto (Gerschewski *et al.*, 2015; Muñoz-Bullón *et al.*, 2015). En nuestro caso, nos centramos en tres dimensiones clave del emprendedor (innovación, espíritu emprendedor y motivación) que le llevan a operar en los mercados internacionales desde el inicio de su negocio. En particular, examinamos el efecto que el miedo al fracaso tiene en el espíritu emprendedor, así como la percepción del emprendedor sobre las oportunidades de negocio o la influencia que su red de contactos, género, educación o edad tiene en la

internacionalización temprana de la empresa.

2.2.2. Factores del país

Las estrategias de negocio son moderadas por las características del entorno en el que operan las empresas (Shepherd y Rudd, 2014). Cuando los factores institucionales que impulsan el emprendimiento son favorables, las empresas pueden tener buenos resultados en los mercados internacionales (Torkkeli *et al.*, 2019), por lo que los factores del entorno pueden afectar a su internacionalización (Kuivalainen *et al.*, 2012).

Las condiciones internas de los países de todo el mundo difieren. La investigación existente hasta el momento ha concluido que tanto el patrón de internacionalización como el comportamiento empresarial varían de un país a otro (Ahmed y Brennan, 2019) y estas diferencias pueden explicarse por los contextos nacionales en los que se encuentran inmersos (Coviello, 2015; Krammer *et al.*, 2018). En este capítulo, incorporamos esta perspectiva institucional, revisando cómo influyen y moderan los factores del entorno la aparición de las empresas BG, utilizando como variables para estos factores los Indicadores de Gobernanza del Banco Mundial.

2.3. Hipótesis

Aunque el papel fundamental de los países de origen de las empresas BG en los procesos de internacionalización (Zander *et al.*, 2015) ha sido reconocido y examinado recientemente (Romanello *et al.*, 2020), la investigación existente sobre el impacto conjunto de los factores individuales y del entorno en la internacionalización temprana de las empresas es escasa (Knight y Liesch, 2016). Como resume el modelo conceptual de la Figura 3, se propone que, para explicar el carácter BG de las empresas, es valioso combinar los factores individuales que captan la innovación/espíritu empresarial/motivación del emprendedor con los factores institucionales/contextuales del

país en el que se desarrolla la empresa. En consecuencia, proponemos dos conjuntos de hipótesis: el primero relacionado con los rasgos individuales del emprendedor y el segundo con la calidad institucional del país.

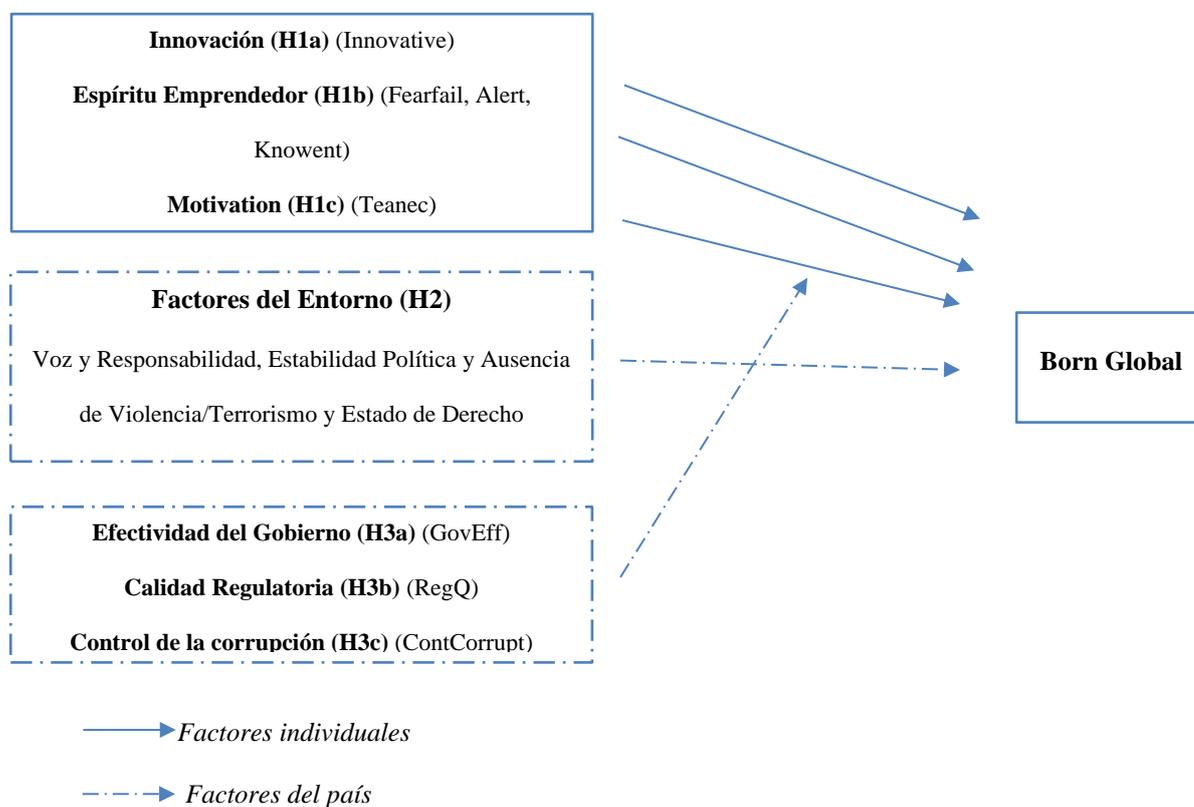


FIGURA 3. Modelo de integración de factores individuales y del país

2.3.1. Factores empresariales

La innovación es una estrategia que permite a las empresas ser competitivas en los mercados, lo cual es un factor clave para una entrada exitosa en mercados internacionales (Becker y Egger, 2013). Estudios anteriores han encontrado un vínculo positivo entre innovación y exportación en diferentes contextos (Cassiman y Golovko, 2011; D'Angelo *et al.*, 2013; Galende y Suárez-González, 1999; Love *et al.*, 2016; Monreal-Pérez *et al.*, 2015; Saridakis *et al.*, 2019). Para Golovko y Valentini (2011), la innovación y la internacionalización son estrategias complementarias, mientras que Kyläheiko *et al.* (2011) señalan que la innovación y la internacionalización combinadas son opciones muy aconsejables. Las empresas con productos o servicios innovadores obtienen una ventaja

competitiva sobre otras empresas, que les va a ayudar a internacionalizarse desde su creación (Paul *et al.*, 2017a). En la misma línea, García-Cabrera *et al.* (2017) señalan que las empresas de nueva creación deben ser capaces de diseñar con éxito productos únicos, innovadores y homogéneos que les permitan internacionalizarse rápidamente. Por lo tanto, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1a: *Existe una relación positiva entre el carácter innovador de los emprendedores y la creación de empresas BG.*

La literatura existente ha utilizado varias variables para representar el espíritu emprendedor del individuo, como el miedo al fracaso, la percepción de oportunidades y las redes empresariales (Lafuente *et al.*, 2015; Ratten *et al.*, 2016; Urbano y Alvarez, 2014). Estudios anteriores (Raza *et al.*, 2019; Schillo *et al.*, 2016) han demostrado que estos factores determinan el espíritu empresarial de un emprendedor.

En primer lugar, respecto al temor al fracaso, los emprendedores que están más dispuestos a asumir riesgos es más probable que se internacionalicen más rápido (Ciravegna *et al.*, 2018), dado que las empresas BG asumen intrínsecamente mayores riesgos en la búsqueda de una rápida internacionalización (Huang *et al.*, 2019). En segundo lugar, estar alerta ante nuevas oportunidades de negocio es una de las características más distintivas y fundamentales de la iniciativa empresarial (Kraus *et al.*, 2017; Rubio-Bañón *et al.*, 2017), así como uno de los factores más importantes para la internacionalización (Ellis, 2011; Mainela *et al.*, 2014). El estado de alerta empresarial permite descubrir oportunidades de negocio (Oyson y Whittaker, 2015) y, la expansión internacional requiere percibir y explotar oportunidades en los mercados internacionales (Verbeke y Ciravegna, 2018). No es sorprendente que los fundadores de las empresas BG sean emprendedores con una mentalidad global (McDougall *et al.*, 2003) que estén alerta

a las oportunidades que se presenten en los mercados internacionales, lo cual es fundamental para su internacionalización (Chandra *et al.*, 2012). En tercer lugar, las redes empresariales desempeñan un papel clave en la internacionalización temprana, ya que ayudan a los emprendedores a reconocer nuevas oportunidades y comprender las condiciones del mercado (Bembom y Schwens, 2018; Jones *et al.*, 2011; Musteen *et al.*, 2010; Prashantham y Young, 2011; Wadeson, 2020) siendo, dichas redes empresariales, activos esenciales para la creación y crecimiento de empresas BG (Laurell *et al.*, 2017). Por lo tanto, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1b: *Existe una relación positiva entre el espíritu emprendedor para iniciar un negocio y el carácter BG de las nuevas empresas.*

El emprendimiento por necesidad es aquél en el que las personas emprenden al ser esta la mejor opción disponible, aunque no necesariamente sea la opción preferida por ellos (Li *et al.*, 2020). Este tipo de emprendimiento ocurre cuando las personas sienten que no tienen otras alternativas laborales, bien porque están en desempleo, por la presión familiar en la que se encuentran o por la insatisfacción que puedan tener en su situación laboral actual. Como resultado, deciden lanzar un negocio como alternativa (Valdez y Richardson, 2013; van der Zwan *et al.*, 2016). El emprender por necesidad tiende a producirse en entornos sociales y económicos difíciles en los que las oportunidades son limitadas (Angulo-Guerrero *et al.*, 2017; Nikolaev *et al.*, 2018). Así pues, las diferencias significativas entre los emprendedores impulsados por la necesidad dependen del contexto en el que se encuentren (Puente *et al.*, 2019). Los emprendedores por necesidad no suelen tener una orientación centrada en la innovación y en el crecimiento (Hessels *et al.*, 2008a) ni disponen de los recursos adecuados, lo cual hace reducir la probabilidad de que una empresa se internacionalice desde sus inicios. En los países donde los

emprendedores buscan una mayor riqueza, suele haber una mayor prevalencia de empresas orientadas a la exportación (Hessels *et al.*, 2008b), teniendo el emprendimiento por necesidad un menor incentivo para internacionalizarse (Prieto-Sánchez y Merino, in press). Por lo tanto, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1c: *Existe una relación negativa entre los emprendedores que comienzan su negocio por necesidad y el carácter BG de las nuevas empresas.*

2.3.2. Factores del entorno

Como se indicó en la presentación del modelo planteado en este capítulo, la internacionalización temprana está determinada no solo por los factores personales del emprendedor, sino también por los factores del entorno en el que este se encuentra. Por lo tanto, la internacionalización temprana está relacionada con cómo se desarrolla la actividad empresarial en el país de origen (Alvarez y Urbano, 2011). Entre los factores señalados en la literatura, este capítulo tiene como objetivo arrojar luz sobre la importancia de los factores relacionados con las fuerzas reguladoras que incluyen tanto las leyes como las regulaciones gubernamentales (Esteban-Lloret *et al.*, 2014; Scott, 2013) y la aplicación de las mismas. El estudio de las instituciones formales (Kaufmann *et al.*, 2011) permite definir el grado en que el Estado ejerce la autoridad en un país de manera efectiva e implica analizar su calidad institucional. Este proceso permite a las empresas acceder a recursos y conocimientos valiosos y así desarrollar su ventaja competitiva (Deng y Zhang, 2018). Las condiciones internas de los países son diferentes, lo cual influye tanto en el patrón de internacionalización como en el comportamiento empresarial, por lo que los gobiernos de los países de origen de los emprendedores tienden a ser actores clave que dan forma al entorno (Ahmed y Brennan, 2019).

La conversión de las nuevas empresas en empresas BG está influenciada por el

contexto en el que se establecen (Zander *et al.*, 2015), pudiendo las características del entorno del país de origen empujar a las empresas a su internacionalización (Cheng y Yu, 2008). Los emprendedores necesitan reglas claras y una aplicación predecible de dichas normas (Bjørnskov y Foss 2013). Nyström (2008) señaló que una fuerte estructura jurídica aumenta el emprendimiento, por lo que un entorno dinámico con un marco regulador favorable acelera la internacionalización de nuevas empresas, mientras que un entorno turbulento inhibe su internacionalización (Kuivalainen *et al.*, 2012). Asimismo, Deng y Zhang (2018) asociaron negativamente la calidad institucional con la propensión de las empresas a exportar. Por lo tanto, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2: *Una dimensión normativa favorable aumenta la probabilidad de ser BG.*

2.3.3. Factores moderadores del entorno

Las decisiones que van a adoptar las empresas en su internacionalización van a estar influenciadas y moderadas por el entorno en el que se encuentran (Deng y Zhang, 2018). Las empresas que tengan limitaciones institucionales en sus países de origen van a utilizar la internacionalización temprana como una respuesta para huir de su entorno, por lo que pueden verse obligadas a alcanzar mercados extranjeros como una salida estratégica a estas limitaciones institucionales (Wu y Deng, 2020). Según Torkkeli *et al.* (2019) los factores institucionales son cruciales para la expansión internacional de las empresas. El marco institucional es un factor que facilita la aparición de nuevas empresas (World Bank, Doing Business, 2020). Este marco comprende diferentes dimensiones (por ejemplo, el desarrollo y la aplicación de políticas y regulaciones por parte del gobierno o el control de la corrupción) que podrían promover o disuadir la aparición de empresas BG. El nivel de desarrollo institucional en el país de origen influye en el comportamiento de una empresa y en su internacionalización, al afectar a los costes de transacción y a los

procesos cognitivos del emprendedor (Marano *et al.*, 2016). Las políticas gubernamentales facilitan el espíritu empresarial (Stephan *et al.*, 2015) y los esfuerzos de las empresas para evitar o mitigar las deficiencias institucionales con las que se encuentran son esenciales para operar en entornos sujetos a esas deficiencias (Doh *et al.*, 2017). En este marco, podemos definir tres dimensiones principales relevantes para la internacionalización de las empresas: la efectividad del gobierno, la calidad regulatoria y el control de la corrupción, dimensiones que desarrollamos a continuación.

El desarrollo institucional de la economía en la que se encuentran las empresas influye en su internacionalización (Ciravegna *et al.*, 2014). El componente institucional facilita o dificulta la actividad empresarial (Aparicio *et al.*, 2016; Belitski *et al.*, 2016; Urbano y Alvarez, 2014). En el metaanálisis presentado por el International Study Group on Exports and Productivity (ISGEP) (2008) se recoge que un gobierno más efectivo favorece las exportaciones de las empresas. Por lo tanto, las empresas tienen más probabilidades de internacionalizarse cuando su país de origen cuenta con instituciones formales más desarrolladas (Chen *et al.*, 2018). Los altos costes de transacción asociados con la fragilidad del Estado debido a impedimentos como la burocracia pueden generar barreras en los esfuerzos de crear empresas BG vistas como una oportunidad, pero es posible que no impidan que los individuos se involucren en emprendimientos internacionales desde su creación por necesidad si esta es la única forma en la que puedan llegar a satisfacer sus necesidades. Por lo tanto, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3a: *La efectividad del gobierno modera positivamente la relación entre emprender por necesidad y las empresas BG.*

La calidad regulatoria mide la capacidad del gobierno para formular e implementar políticas y regulaciones que generen un marco estable y predecible y es, en

dicho marco, donde el sector privado debe operar. El conocimiento previo del contexto normativo en el que se encuentran las empresas garantiza la ejecución de los contratos, lo cual facilita el desarrollo de sus actividades. En países con baja calidad regulatoria, las decisiones y actuaciones del sector público no están condicionadas y determinadas por normas. Las intervenciones en las economías y en las acciones del sector público, que no están determinadas por normas o reglamentos sino por la voluntad de políticos y responsables políticos, interfieren en las acciones de los actores privados. Por lo tanto, no es sorprendente que la calidad de las instituciones desempeñe un papel fundamental para permitir que el espíritu empresarial existente en la población pueda convertirse en proyectos empresariales (Chambers y Munemo, 2019). La capacidad del Estado para proporcionar las bases para el funcionamiento de los mercados, como la estabilidad política o un marco regulador claro, promueve los esfuerzos empresariales tanto de oportunidad como de necesidad (Amorós *et al.*, 2019). Por lo tanto, el desarrollo de la calidad institucional proporciona una base sólida para la expansión internacional de los emprendedores (Pathak *et al.*, 2014). Este entorno más favorable para el desarrollo de los negocios que conlleva un marco institucional de mayor calidad ayudará en mayor medida a la internacionalización de los proyectos empresariales que hayan nacido motivados por la necesidad más que por la oportunidad, al ser más vulnerables a los cambios en el comportamiento del gobierno. Los proyectos empresariales motivados por la necesidad pueden alcanzar sus objetivos centrandose sus actividades exclusivamente en el mercado doméstico y será un marco regulatorio favorable el que sirva de estímulo a su desarrollo internacional. En cambio, aquellos proyectos empresariales que hayan surgido buscando explotar oportunidades no se verán tan condicionados por el marco institucional para salir al exterior al tener, al margen del contexto en el que operen, un objetivo más definido para posteriores expansiones geográficas. Por lo tanto, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3b: *La calidad regulatoria modera positivamente la relación entre emprender por necesidad y las empresas BG.*

Kaufmann *et al.* (2011) definen la corrupción como el ejercicio del poder público para beneficio privado. Según Mohamadi *et al.* (2017) los esfuerzos para controlar la corrupción y la eficacia general del gobierno van a determinar cómo la corrupción afecta al emprendimiento. Otros trabajos como el de Anokhin y Schulze (2009) han señalado que un mejor control de la corrupción está asociado con niveles crecientes de emprendimiento. Es, por lo tanto, evidente que la corrupción daña el espíritu empresarial (Dutta y Sobel, 2016), mientras que una ausencia de corrupción, junto con la presencia de políticas que apoyan el emprendimiento, hacen menos probable que las personas emprendan actividades empresariales por necesidad económica (Valdez y Richardson, 2013). Los resultados empíricos obtenidos por Krammer *et al.* (2018) muestran que las empresas de las economías emergentes tienen más probabilidades de exportar cuando se enfrentan a una mayor incertidumbre interna debido a una mayor inestabilidad política y a una alta corrupción. Por lo tanto, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 3c: *El control de la corrupción modera positivamente la relación entre emprender por necesidad y las empresas BG.*

2.4. Análisis empírico

2.4.1. Datos

El modelo propuesto combina variables que recogen características del individuo con otras que captan las características del país para explicar la relación entre las dimensiones económicas del entorno y la actividad empresarial. Para contrastar las hipótesis planteadas, analizamos las empresas BG en un conjunto de países donde las dimensiones

del entorno planteadas difieren.

Los datos se obtuvieron de dos fuentes: el GEM para las características del emprendedor y el Banco Mundial para las características del país. El estudio GEM es uno de los conjuntos de datos más completos sobre la dinámica del emprendimiento a nivel mundial, siendo adecuado para el análisis las empresas BG y habiendo sido recomendado para su uso en este tipo de trabajos sobre empresas BG (Paul y Rosado-Serrano, 2019).

Para el período 2007-2016, los datos de GEM incluyen los resultados de una encuesta estandarizada de la población adulta con una muestra representativa de aproximadamente 712.534 individuos. Por lo tanto, siguiendo las definiciones de GEM y la metodología del proyecto, aunque de manera más restrictiva, utilizamos la muestra para seleccionar en los 13 países analizados empresas a los que GEM considera como nuevos emprendedores, es decir, empresas que han pagado sueldos o salarios durante más de 3 meses pero menos de 42. Así, la muestra final consta de 16.997 encuestados una vez refinadas las observaciones.

Por su parte, el Banco Mundial proporciona datos sobre la situación del país (tanto en términos económicos como institucionales). En cuanto a la situación económica, los Indicadores del Desarrollo Mundial son la fuente principal, mientras que para las dimensiones institucional y regulatoria utilizamos los Indicadores de Gobernanza Mundial (Kaufmann *et al.*, 2011).

Teniendo en cuenta los datos disponibles en ambas fuentes, el conjunto de países analizados comprende 13 países para el período 2007-2016: diez países desarrollados (Chile, Croacia, Eslovenia, España, Finlandia, Grecia, Hungría, Países Bajos, Reino Unido y Uruguay) y tres países en desarrollo (Brasil, Colombia y Perú). Como podemos ver en la Tabla 1, tanto en términos de situación económica como en términos de características institucionales existen diferencias notables.

TABLA 1. Clasificación de países según año y nivel de desarrollo

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Brasil	UM									
Chile	UM	UM	UM	UM	UM	H	H	H	H	H
Colombia	LM	UM								
Croacia	UM	H	H	H	H	H	H	H	H	UM
Finlandia	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
Grecia	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
Hungría	H	H	H	H	H	UM	UM	H	H	H
Países Bajos	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
Perú	LM	UM								
Eslovenia	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
España	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
Reino Unido	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
Uruguay	UM	UM	UM	UM	UM	H	H	H	H	H

Fuente: Datos del Banco Mundial.

LM: renta media-baja, UM: renta media-alta, H: renta alta.

2.4.2. Variables y Metodología

En el modelo propuesto, la variable dependiente es discreta, ya que se refiere a si el emprendedor es un emprendedor de una empresa BG, en lugar de una empresa no internacionalizada de nueva creación. Dadas las características de los datos de GEM, y al igual que han hecho estudios previos sobre empresas BG (por ejemplo, Chen *et al.*, 2018), el criterio para delimitar estas características se basó en el número de clientes y no en la cifra de ventas. De esta manera, se utilizaron ambos parámetros para discriminar a las empresas BG mediante la construcción de una variable ficticia dependiente para representar cada una de las alternativas, donde se dio un valor de 0 para una empresa no BG y de 1 para una empresa BG. Dada la naturaleza binaria de la variable dependiente

(es decir, las empresas que son BG o no BG), se propuso un modelo de regresión logística para contrastar las hipótesis. Este modelo nos permitió identificar qué variables eran estadísticamente significativas en la categorización de empresas que son BG respecto a las que no lo son.

Además de la variable dependiente, para contrastar los datos de Hipótesis 1a, 1b y 1c, así como uno de los factores multiplicativos para la Hipótesis 3 provienen de GEM. Los factores del entorno y los factores moderadores del entorno proceden del Banco Mundial. La disponibilidad de datos para las variables consideradas es el factor que ha llevado a la inclusión de los países dentro del análisis. Medimos la innovación (Hipótesis 1a) como una variable ficticia que toma el valor 1, correspondiente a la categorización como emprendimiento innovador, cuando se cumplen simultáneamente las siguientes condiciones:

- 1) utilizan tecnologías o procedimientos requeridos para ese producto o servicio que han estado disponibles durante menos de un año.
- 2) todos o alguno de sus clientes consideraba que su producto o servicio era nuevo o desconocido.
- 3) hay pocas o ninguna empresa que ofreciera los mismos productos o servicios.

Cuando alguna de las tres condiciones no se cumple, la variable toma el valor 0, correspondiente a la categorización como emprendimiento no innovador. El espíritu emprendedor, al que se refiere la Hipótesis 1b, se captura a través de tres variables ficticias. La primera variable es la variable *Fearfail*, se trata de una variable ficticia igual a 1 si las personas indicaron que el miedo al fracaso les impediría iniciar un negocio, y 0 en caso contrario (Hessels *et al.*, 2011). La segunda es la variable *Alert* que toma el valor de 1 cuando los encuestados indicaron que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en la zona donde viven, y 0 en caso contrario

(Castaño *et al.*, 2016). En tercer lugar, utilizamos la variable *Knowent*, que toma el valor de 1 cuando los encuestados indicaron que conocían personalmente a alguien que había iniciado un negocio en los últimos dos años, y 0 en caso contrario (De Clercq *et al.*, 2013; Klyver *et al.*, 2008). En cuanto a la Hipótesis 1c, se utiliza la variable *Teanec* como variable ficticia, igual a 1 cuando los emprendedores inician una nueva actividad empresarial debido a la falta de una alternativa laboral adecuada, y 0 en caso contrario (Angulo-Guerrero *et al.*, 2017). En el modelo empírico se incluye, además, para cada una de estas variables que permiten contrastar la Hipótesis 1, una variable multiplicativa para aquellos casos en que se trate de un país desarrollado. Estas variables también permitieron determinar si las características de los individuos analizados para la Hipótesis 1 tenían la misma relevancia en los países desarrollados que en los países en desarrollo (más allá de los factores con los que se caracteriza el entorno incluido en el modelo conceptual). Asimismo, y al objeto de confirmar el efecto de cada una de las variables de la Hipótesis 1 en cada grupo de países se realizará un contraste estadístico de razón de verosimilitud.

Los factores del entorno (Hipótesis 2) y los factores que moderaron el entorno (Hipótesis 3) se obtuvieron de los Indicadores de Gobernanza Mundial del Banco Mundial (Kaufmann *et al.*, 2011), que se han utilizado de manera similar en estudios anteriores (Aguilera y Grøgaard, 2019; Fredström *et al.*, 2021; Kim y Li, 2014; Kotler *et al.*, 2019; Lewellyn y Bao, 2017; Muralidharan y Pathak, 2017; Omri, 2020; Patti *et al.*, 2016; Tunyi y Ntim, 2016). Estos indicadores miden el entorno en el que compiten las empresas BG. Kaufmann *et al.* (2011) definen la gobernanza como “las tradiciones e instituciones por las cuales se ejerce la autoridad en un país” y lo apoyan a través de un conjunto de seis indicadores que “incluyen el proceso por el cual los gobiernos son seleccionados, monitoreados y reemplazados, la capacidad del gobierno para formular e implementar efectivamente políticas sólidas y el respeto de los ciudadanos y el estado por

las instituciones que gobiernan las interacciones económicas y sociales entre ellos” (Kaufmann *et al.*, 2011, p. 222). Estos indicadores agregados se crean a partir de un conjunto numeroso de subíndices adoptados de diferentes bases de datos y se basan en entrevistas que reflejan la forma en que los expertos de organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales perciben la gobernanza. Los seis indicadores son: voz y rendición de cuentas, estabilidad política y ausencia de violencia/terrorismo, estado de derecho, efectividad del gobierno, calidad regulatoria y control de la corrupción. Las puntuaciones oscilan entre aproximadamente $-2,5$ y $2,5$, y los valores más altos corresponden a una mejor gobernanza. Para analizar los factores del entorno utilizamos los tres primeros indicadores:

- En primer lugar, la voz y rendición de cuentas (refleja las percepciones de la medida en que los ciudadanos de un país pueden participar en la selección de su gobierno, así como la libertad de expresión, la libertad de asociación y los medios de comunicación libres).
- En segundo lugar, la estabilidad política y ausencia de violencia / terrorismo (mide las percepciones de la probabilidad de inestabilidad política y / o violencia por motivos políticos, incluido el terrorismo).
- En tercer lugar, el estado de derecho (refleja las percepciones en que los agentes confían y cumplen las normas de la sociedad, y en particular la calidad de ejecución de los contratos, los derechos de propiedad, la policía y los tribunales, así como la probabilidad de delincuencia y violencia).

Para equiparar la calidad del entorno institucional, estos tres indicadores se redujeron a un factor, presentándose cargas de factores entre $-0,81$ y $1,65$, y permitiendo con una sola variable capturar los factores del entorno que representan el entorno institucional formal, evitando los problemas de multicolinealidad que se derivan de la alta

correlación entre estas tres dimensiones. La confiabilidad del constructo se considera aceptable (con un alfa de Cronbach = 0,902).

Los factores moderadores del entorno se midieron mediante la interacción entre: (a) emprender debido a la falta de una alternativa laboral adecuada obtenida de GEM y (b) las tres variables del Indicador de Gobernanza Mundial desarrollados por el Banco Mundial. En primer lugar, la efectividad del gobierno refleja la percepción de la calidad de los servicios públicos, la calidad de la administración pública y el grado de independencia de las presiones políticas, la calidad de la formulación e implementación de políticas y la credibilidad del compromiso del gobierno con tales políticas. En segundo lugar, la calidad regulatoria refleja la percepción de la capacidad del gobierno para formular e implementar políticas y reglamentos sólidos que permitan y promuevan el desarrollo del sector privado. En tercer lugar, el control de la corrupción refleja la percepción de la medida en que el poder público se ejerce para beneficio privado, incluidas las formas menores y grandes de corrupción, así como la “captura del Estado” por parte de las élites y los intereses privados.

Por último, y de acuerdo con investigaciones previas que utilizan análisis multinivel (Yang *et al.*, 2020), se incluyen en el modelo variables de control que operan tanto con el individuo como con el país. Controlamos el género, la edad y el nivel educativo, ya que estos factores ejercen una influencia significativa en el emprendimiento internacional (Evald *et al.*, 2011; Urbano y Alvarez, 2014). También se incluye el cuadrado de la edad para captar posibles relaciones no lineales (Stephan *et al.*, 2015). Asimismo, y de acuerdo con la literatura anterior (Aparicio *et al.*, 2016; Chowdhury *et al.*, 2019; Estrin *et al.*, 2013; Prieto-Sánchez y Merino, 2021; Stephan, *et al.*, 2015; Urbano *et al.*, 2020), controlamos el producto interior bruto (PIB) per cápita, la tasa de crecimiento del PIB, las exportaciones de bienes y servicios y el número de trámites

necesarios para iniciar un nuevo negocio. Los datos sobre las variables del PIB anual y las exportaciones de bienes y servicios se retardan un año para mitigar la posible endogeneidad. Para clasificar a los países según su nivel de desarrollo económico, utilizamos el ingreso nacional bruto calculado según el método Atlas del Banco Mundial que incluye a Brasil, Colombia y Perú como países en desarrollo. La Tabla 2 presenta la definición exacta de cada variable junto con las fuentes de datos, así como sus hipótesis asociadas.

2.5. Resultados

La Tabla 3 muestra los estadísticos descriptivos y la matriz de correlación de los datos utilizados en el análisis econométrico. Como vemos, no existen correlaciones apreciables entre las variables propuestas explicadas en el modelo, lo cual es una garantía de la estimación econométrica realizada.

La Tabla 4 presenta las estimaciones del modelo de regresión logístico binario. La columna 1 es el modelo de referencia, y los resultados sugieren que hay evidencia empírica para apoyar las Hipótesis 1a, 1b, 1c y 3b. No encontramos que el control de la corrupción tenga un impacto significativo en las empresas BG.

Para analizar la robustez de los resultados, se presentan las estimaciones del mismo modelo, excluyendo las variables utilizadas en cada una de sus hipótesis (columnas 2 a 6). Como puede verse, los resultados son similares a los del modelo de referencia (columna 1) lo que sirve como garantía adicional del modelo y respalda los principales resultados de la estimación. Se realizaron pruebas adicionales con las variables de las Hipótesis 3, confirmando la robustez de los resultados presentados. Los resultados obtenidos en el modelo indican que los emprendedores innovadores tienen más probabilidades de crear empresas BG, confirmando la Hipótesis 1a. Esta relación, es más alta en los países en desarrollo que en los países desarrollados (el coeficiente de la variable

TABLA 2. Indicadores seleccionados para el modelo de integración de factores individuales y del país

Variables	Definición	Fuente	Hipótesis
BornGlobal	¿Qué proporción de sus clientes viven normalmente fuera del país?	GEM	Variable Dependiente
Innovative	Los emprendedores innovadores son aquellos que (1) han utilizado tecnologías o procedimientos necesarios para ese producto o servicio que lleva menos de un año disponible; (2) todos o algunos de sus clientes consideraron que su producto o servicio era nuevo o desconocido; y (3) hay pocas o ninguna empresa que ofreciera los mismos productos o servicios. Cualquier otra combinación de estas variables se clasifica como un emprendedor no innovador	GEM	H1a
Fearfail	¿El miedo al fracaso le impediría iniciar un negocio?	GEM	H1b
Alert	En los próximos seis meses, ¿habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde vives?	GEM	
Knowent	¿Conoces personalmente a alguien que haya iniciado un negocio en los últimos 2 años?	GEM	
Teanec	Persona que comenzó a trabajar por cuenta propia por necesidad (no hay otras opciones en el mercado laboral)	GEM	H1c
QualityEnv	Resumen de variables (análisis de factores) i) Voz y rendición de cuentas, ii) Estabilidad política y ausencia de violencia/terrorismo y iii) Estado de Derecho	World Bank	H2
Teanec * GovEff	Persona que comenzó a trabajar por cuenta propia por necesidad (no hay otras opciones en el mercado de trabajo) y Efectividad del Gobierno	World Bank/GEM	H3a
Teanec * RegQ	Persona que comenzó a trabajar por cuenta propia por necesidad (no hay otras opciones en el mercado laboral) y Calidad Regulatoria	World Bank/GEM	H3b
Teanec * ContCorr	Persona que comenzó a trabajar por cuenta propia por necesidad (no hay otras opciones en el mercado laboral) y Control de la Corrupción	World Bank/GEM	H3c
Age	¿Cuál es su edad actual (en años)?	GEM	Control
Gender	¿Cuál es su género?	GEM	Control
Education	Nivel de Educación (1 si el empleador tiene un nivel de educación postsecundaria o de posgrado, 0 en caso contrario)	GEM	Control
Openness (t-1)	Exportaciones de bienes y servicios (porcentaje del producto interior bruto) (un año de retardo)	World Bank	Control
LogGDPpc (t-1)	Producto interior bruto per cápita (se retarda 1 período)	World Bank	Control
GDPGrowthpc (t-1)	Porcentaje de crecimiento anual del producto interior bruto per cápita (se retarda 1 período)	World Bank	Control
Procedures	Número de procedimientos necesarios para crear una nueva empresa	World Bank	Control
CountryD	Nivel de desarrollo (1 para los países desarrollados; 0 para los demás)	World Bank	Control

TABLA 3. Estadísticos descriptivos y matriz de correlación del modelo de integración de factores individuales y del país

Variables	Media	Std. D	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1 BornGlobal	0,08	0,265	1	0,042**	0,034**	-0,031**	0,029**	0,011	0,101**	0,059**	0,129**	-0,051**	0,025**	0,098**	0,030**	0,024**	0,037**	0,058**	0,027**	0,028**	0,101**	0,132**	0,080**	-0,004	-0,142**	0,146**
2 Innovative	0,02	0,144		1	0,847**	-0,017*	0,003	0,021**	0,040**	0,025**	0,048**	-0,014	0,004	0,008	0,008	0,011	0,006	-0,010	-0,016*	-0,013	0,034**	0,032**	-0,018*	0,028**	-0,057**	0,044**
3 Innovative*CountryD	0,02	0,123			1	-0,017*	0,024**	-0,002	0,075**	0,035**	0,093**	-0,026**	0,024**	0,088**	0,026**	0,021**	0,032**	-0,012	-0,005	-0,003	0,039**	0,062**	0,050**	0,001	-0,058**	0,108**
4 Fearfail	0,28	0,450				1	0,680**	-0,129**	-0,127**	-0,099**	-0,069**	0,118**	0,071**	-0,059**	0,027**	0,045**	0,011	-0,090**	0,001	0,000	-0,049**	-0,066**	-0,005	-0,059**	0,108**	-0,036**
5 Fearfail*CountryD	0,15	0,361					1	-0,186**	0,053**	-0,010	0,184**	0,020*	0,227**	0,253**	0,183**	0,166**	0,181**	-0,003	0,048**	0,041**	0,104**	0,192**	0,282**	-0,172**	-0,125**	0,368**
6 Alert	0,53	0,499						1	0,557**	0,110**	-0,026**	-0,066**	-0,147**	-0,128**	-0,104**	-0,094**	-0,098**	0,001	-0,048**	-0,043**	-0,025**	-0,059**	-0,191**	0,168**	-0,036**	-0,183**
7 Alert*CountryD	0,26	0,438							1	0,166**	0,439**	-0,153**	0,073**	0,514**	0,123**	0,073**	0,153**	0,071**	0,059**	0,054**	0,158**	0,373**	0,378**	-0,045**	-0,384**	0,510**
8 Knowent	0,58	0,493								1	0,640**	-0,106**	-0,007	0,111**	0,015	-0,021**	0,015	0,092**	-0,070**	-0,074**	0,129**	0,120**	0,084**	-0,018*	-0,106**	0,122**
9 Knowent*CountryD	0,36	0,481									1	-0,139**	0,169**	0,574**	0,193**	0,125**	0,203**	0,112**	0,036**	0,024**	0,242**	0,449**	0,507**	-0,178**	-0,388**	0,652**
10 Teaynec	0,29	0,454										1	0,608**	-0,171**	0,461**	0,634**	0,372**	-0,093**	0,051**	0,056**	-0,159**	-0,113**	-0,175**	0,014	0,114**	-0,157**
11 Teaynec*CountryD	0,13	0,337											1	0,252**	0,895**	0,918**	0,858**	-0,006	0,106**	0,103**	0,021**	0,195**	0,204**	-0,111**	-0,151**	0,334**
12 QualityEnv	0,4473	0,61571												1	0,319**	0,208**	0,370**	0,097**	0,136**	0,127**	0,175**	0,610**	0,852**	-0,248**	-0,482**	0,856**
13 Teaynec*Goveff	0,1216	0,41371													1	0,923**	0,942**	0,008	0,102**	0,099**	0,035**	0,218**	0,257**	-0,084**	-0,229**	0,347**
14 Teaynec*RegQ	0,1714	0,42387														1	0,902**	-0,014	0,107**	0,106**	0,007	0,169**	0,146**	-0,037**	-0,186**	0,264**
15 Teaynec*ContCorr	0,1058	0,44492															1	0,011	0,096**	0,094**	0,041**	0,219**	0,280**	-0,062**	-0,201**	0,117**
16 Gender	0,55	0,498																1	0,013	0,018*	0,060**	0,094**	0,101**	-0,041**	-0,095**	0,117**
17 Age	38,45	11,303																	1	0,988**	0,026**	0,101**	0,126**	-0,057**	-0,137**	0,158**
18 Age ²	1605,9992	915,71283																		1	0,011	0,094**	0,112**	-0,049**	-0,134**	0,143**
19 Education	0,35	0,477																			1	0,192**	0,187**	-0,096**	-0,221**	0,291**
20 Openness (t-1)	26,7883	16,6298																				1	0,409**	-0,075**	-0,638**	0,773**
21 LogGDPpc (t-1)	4,2190	0,31979																					1	-0,407**	-0,350**	-0,299**
22 GDPGrowthpc (t-1)	1,2783	2,72176																						1	0,096**	-0,553**
23 Procedures	8,99	2,930																							1	0,634**
24 CountryD	0,57	0,495																								1

***, ** y * indica significatividad al 1, 5 y 10%, respectivamente.

TABLA 4. Resultados de la regresión logística del modelo de integración de factores individuales y del país

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Innovative	1,124*** (0,288)	1,028*** (0,286)			1,113*** (0,288)	1,140*** (0,289)
Innovative*CountryD	-0,730** (0,341)	-0,488 (0,339)			-0,717** (0,341)	-0,737** (0,342)
Fearfail	-0,370** (0,153)		-0,480*** (0,151)		-0,380** (0,153)	-0,381** (0,153)
Fearfail*CountryD	0,354** (0,170)		0,491*** (0,166)		0,370** (0,169)	0,368** (0,170)
Alert	-0,361*** (0,124)		-0,371*** (0,121)		-0,373*** (0,124)	-0,360*** (0,124)
Alert*CountryD	0,578*** (0,142)		0,597*** (0,139)		0,594*** (0,142)	0,582*** (0,142)
Knowent	-0,304** (0,121)		-0,301** (0,119)		-0,311** (0,121)	-0,310** (0,121)
Knowent*CountryD	0,756*** (0,137)		0,776*** (0,135)		0,759*** (0,137)	0,756*** (0,137)
Teayynec	-1,041*** (0,198)			-1,153*** (0,189)	-1,038*** (0,202)	-0,653*** (0,152)
Teayynec*CountryD	0,650*** (0,248)			0,973*** (0,240)	0,483* (0,248)	0,786*** (0,245)
QualityEnv	-0,757*** (0,126)	-0,243** (0,116)	-0,775*** (0,126)	-0,270** (0,113)	-0,738*** (0,126)	-0,781*** (0,126)
Teayynec*Goveff	-0,827*** (0,252)	-0,758*** (0,260)	-0,748*** (0,249)	-0,887*** (0,251)		-0,619** (0,241)
Teayynec*RegQ	1,094*** (0,333)	0,08 (0,202)	0,044 (0,201)	1,094*** (0,326)	0,899*** (0,340)	
Teayynec*ContCorr	-0,028 (0,277)	0,671*** (0,223)	0,690*** (0,220)	-0,126 (0,272)	-0,485** (0,245)	0,486** (0,213)
Gender	0,288** (0,063)	0,334*** (0,062)	0,298*** (0,063)	0,312*** (0,062)	0,286* (0,063)	0,288*** (0,063)
Age	-0,041** (0,018)	-0,032* (0,017)	-0,042** (0,018)	-0,036** (0,017)	-0,042** (0,018)	-0,041** (0,018)
Age ²	0,001*** (0,000)	0,000** (0,000)	0,001*** (0,000)	0,000** (0,000)	0,001*** (0,000)	0,001*** (0,000)
Education	0,403*** (0,062)	0,543*** (0,061)	0,446*** (0,062)	0,492*** (0,061)	0,404*** (0,062)	0,411*** (0,062)
Openness (t-1)	0,008*** (0,002)	0,010*** (0,020)	0,009*** (0,022)	0,009*** (0,002)	0,008*** (0,002)	0,009*** (0,020)
LogGDPpc (t-1)	0,470** (0,193)	0,602*** (0,197)	0,526*** (0,194)	0,493** (0,195)	0,412** (0,193)	0,482** (0,194)
GDPGrowthpc (t-1)	0,039*** (0,012)	0,035*** (0,012)	0,040*** (0,012)	0,038*** (0,012)	0,037* (0,012)	0,040*** (0,012)
Procedures	-0,125*** (0,015)	-0,134*** (0,014)	-0,133*** (0,015)	-0,133*** (0,014)	-0,121*** (0,015)	-0,129*** (0,015)
Intercepto	-3,106*** (0,866)	-4,074*** (0,868)	-3,336*** (0,869)	-3,373*** (0,862)	-2,854*** (0,864)	-3,127*** (0,870)
X ²	674,776***	531,779***	625,880***	560,610***	664,311***	663,251***
R ² Nagelkerke	0,095	0,075	0,088	0,079	0,094	0,094
Número de observaciones	16.697	16.697	16.697	16.697	16.697	16.697

***, ** y * indica significatividad al 1,5 y 10%, respectivamente. Errores estándar entre paréntesis

multiplicativa es negativo, aunque la suma de ambos es positiva y estadísticamente significativa después de realizar un contraste de razón de verosimilitud con un modelo restringido). Este resultado confirma los obtenidos por Cavusgill y Knight (2015) y Lamotte y Colovic (2013), entre otros.

En cuanto al espíritu emprendedor, encontramos, para la Hipótesis 1b, una relación negativa entre el espíritu emprendedor y convertirse en una empresa BG. Sin embargo, en los países desarrollados, el estar alerta ante las oportunidades, así como las redes empresariales aumentan la probabilidad de que una empresa sea BG (la suma de los coeficientes estimados para las variables $Alert+AlertxDummycountry$ y $Knowent+KnowentxDummycountry$ son aceptados como positivas después de su correspondiente contraste), por lo que este resultado para los países desarrollados está en línea con la evidencia empírica proporcionada en investigaciones anteriores (Li, 2018).

Asimismo, se acepta también la Hipótesis 1c: el emprender por necesidad reduce la probabilidad de que las empresas se conviertan en internacionales de una manera temprana. Para los países desarrollados, esta relación, incluso negativa, es menos intensa que para los países en desarrollo.

El resultado de la variable $QualityEnv$ nos lleva a rechazar la Hipótesis 2, por lo que una dimensión normativa favorable reduce la probabilidad de que una empresa sea BG. Se confirma la pertinencia de los factores del entorno que influyen en que las empresas nacidas por necesidad se conviertan en BG, pero no con el mismo sentido que el planteado en las hipótesis. Aunque una regulación de mayor calidad favorece que estas empresas se conviertan en BG (confirmando la Hipótesis 3b), el control de la corrupción en el rango correspondiente a los países estudiados no resulta significativo y, en el caso de la efectividad del gobierno, el signo es negativo, es decir, sin sustentar las Hipótesis 3a y 3c.

Para las variables de control, la probabilidad de que una empresa sea BG varía con la

edad y la formación del emprendedor. Para la variable género, se observa una mayor probabilidad de que una empresa sea BG si el emprendedor es varón y si cuenta con un mayor nivel educativo. Del mismo modo, el PIB per cápita de un país, el crecimiento del PIB, el número de procedimientos necesarios para iniciar una empresa y el grado de apertura al mundo exterior son variables estadísticamente significativas. Por lo tanto, estas características económicas del país proporcionan un entorno positivo para la creación de nuevas empresas BG.

2.6. Discusión

La investigación presentada en este capítulo de tesis nos ha permitido analizar, aprender y explorar factores individuales y factores del país relacionados con el proceso de internacionalización de nuevas empresas que ayudan a entender por qué este fenómeno difiere de un país a otro y no fue abordado de manera previa. El enfoque integrador, en el que se combinan el emprendimiento y el entorno, nos permite descubrir cómo estos factores pueden influir en la rápida internacionalización de las empresas que desenredan cualquier posible efecto cruzado, contribuyendo así a un mejor conocimiento de los factores impulsores de las empresas BG que constituye el objetivo de la tesis.

Los resultados indican que la innovación juega un papel importante en la creación de empresas BG, ampliando los resultados obtenidos por García-Cabrera *et al.* (2017). Para los países desarrollados el efecto de la innovación es menor que en los países en desarrollo. Este primer resultado indica que, si bien ser un emprendedor innovador es un factor que promueve a la empresa a ser BG, este efecto es más importante para los países en desarrollo que en los países desarrollados.

En cuanto a los efectos de los factores que afectan al espíritu empresarial, sus efectos tienen un signo diferente en los países desarrollados que en los países en desarrollo. En particular, el miedo al fracaso reduce la creación de empresas BG, aunque esta reducción es

apenas significativa en el caso de los países avanzados. Los mayores niveles de apoyo institucional de los países desarrollados podrían indicar que los emprendedores ubicados en estos países pueden permitirse asumir más riesgos (Middermann y Rashid, 2019). Además, el estar alerta a las oportunidades de negocio potenciales y una red establecida de contactos empresariales en los países en desarrollo canalizan el espíritu empresarial hacia el mercado interno (por lo tanto, reduciendo la probabilidad de que una empresa sea BG). Para los países desarrollados, el espíritu emprendedor se canaliza hacia el mercado internacional. Cabe señalar que estas conclusiones se mantienen, incluso cuando no se incluye la variable que capta el emprender por necesidad (Modelo 3), por lo que la conclusión va más allá del tipo de emprendimiento. Por lo tanto, en su conjunto la literatura existente (por ejemplo, Castaño *et al.*, 2016; Franco y Haase, 2016; Golovko y Valentini, 2011) considera que el espíritu emprendedor complementa los factores económicos existentes en los países desarrollados en relación con la probabilidad de que las empresas sean BG. Sin embargo, para los países en desarrollo, el espíritu empresarial parece tener una influencia negativa en la internacionalización temprana de las empresas, lo cual puede estar motivado por un apoyo limitado al emprendimiento en términos de política gubernamental, especialmente hacia la internacionalización (Jafari-Sadeghi *et al.*, 2020; Wright *et al.*, 2007).

En cuanto a la motivación para iniciar un negocio, los resultados confirman que el emprendimiento por necesidad reduce la probabilidad de ser BG, aunque esta reducción se produce en menor medida en los países desarrollados, y hay diferencias significativas entre los emprendedores según el contexto (Puente *et al.*, 2019).

El análisis, además de los rasgos emprendedores (teniendo en cuenta los dos grupos de países), proporciona resultados del entorno institucional en el que nace la empresa, un aspecto novedoso que no ha sido suficientemente estudiado. Los resultados muestran que en países con suficiente calidad institucional (como una recopilación de voz y responsabilidad, estabilidad

política, estado de derecho), los emprendedores se concentran en aprovechar las oportunidades económicas que surgen en su mercado interno. Con un estado de derecho fuerte, los contratos se van a poder cumplir de una manera efectiva y los derechos de propiedad van a estar bien protegidos. La ausencia adicional de riesgos políticos lleva a las empresas a centrar sus esfuerzos en el mercado nacional. Por lo tanto, la decisión inicial de la empresa de seguir una estrategia de internacionalización está influenciada por las condiciones del entorno institucional de su país de origen (Volchek *et al.*, 2013).

El marco institucional también modula el carácter BG de las empresas que se ponen en marcha por necesidad. Los resultados muestran que la efectividad del gobierno reduce la probabilidad de que la empresa sea BG. La búsqueda de oportunidades en los mercados internacionales no es necesaria durante los primeros años de existencia de estas empresas que comienzan su proyecto por necesidad, dado que para llevar a cabo los propósitos de sus promotores es suficiente con centrarse en el mercado nacional. Sin embargo, una regulación de mayor calidad aumenta la probabilidad de que una empresa - creada por necesidad- se convierta en BG (Pathak *et al.*, 2014), lo que indica que para este tipo de empresas un marco regulador mejor definido es un estímulo para emprender actividades más complejas y sofisticadas como son aquellas actividades que requiere la internacionalización.

Además, nuestros resultados son consistentes con la literatura existente respecto a la variable de género (Lee *et al.*, 2016), los varones muestran una mayor tendencia a una rápida internacionalización, así como para el nivel educativo (Amorós *et al.*, 2016a) ya que los altos niveles educativos contribuyen a una mayor probabilidad de internacionalización temprana de las empresas. Respecto a la variable de edad tiene una influencia en forma de U, con una prevalencia de empresas BG, lo cual es consistente con la literatura existente (Arenius y Minniti, 2005). Con referencia a la apertura del país al exterior, su crecimiento económico y sus ingresos afectan positivamente a la creación de empresas BG, lo que indica que una mejor

situación económica favorece la creación de empresas BG. Sin embargo, la existencia de un elevado número de procedimientos necesarios para crear una empresa es perjudicial para que las empresas emprendan un proceso de internacionalización desde sus primeros momentos (Dreher y Gassebner, 2013).

Capítulo 3. Incidencia de los factores culturales, económicos y del entorno en el surgimiento de empresas born-global en Latinoamérica

Capítulo 3. Incidencia de los factores culturales, económicos y del entorno en el surgimiento de empresas born-global en Latinoamérica

3.1. Introducción

Se ha prestado mucha atención a los determinantes que influyen en la probabilidad de que una empresa se convierta en BG (Hagen y Zucchella, 2014; Hsieh *et al.*, 2019). En concreto, estos determinantes incluyen las características personales de los emprendedores y los diferentes factores económicos e institucionales de su país de origen, que desempeñan un papel esencial.

Aunque se han estudiado muchos aspectos sobre estas empresas, sigue siendo necesario seguir investigando sobre diferentes temas. La investigación sobre rasgos personales, como los que van más allá de la educación, el género y la situación profesional, contiene lagunas significativas, especialmente en lo que respecta a la influencia de diferentes entornos. Es ampliamente aceptada la importancia de factores como las aspiraciones del emprendedor (Hermans *et al.*, 2015; Hessels *et al.*, 2008a), los cuales están condicionados por el entorno en el que se va a desarrollar el proyecto empresarial. En este sentido, cabe señalar que la literatura existente ha dedicado poca atención a las economías emergentes, centrándose principalmente, en los países desarrollados (Baier-Fuentes *et al.*, 2019; Paul y Rosado-Serrano, 2019; Perényi y Losoncz; 2018). Si bien la atención en la internacionalización de las empresas latinoamericanas ha aumentado desde que Cuervo-Cazurra (2008) acuñó el término “multilatinas”, la región ha recibido mucha menos atención que otras áreas emergentes como China.

Este capítulo intenta cubrir este vacío analizando la influencia que ejercen los factores culturales y económicos vinculados al emprendedor y al país de origen en el surgimiento de empresas BG. En particular, se destaca y examina la evidencia empírica de la relación de estos factores culturales individuales con la expansión internacional temprana y rápida de las empresas en las economías latinoamericanas. El análisis empírico se aplicará a un conjunto de

países latinoamericanos. Cabe señalar que, si bien las naciones latinoamericanas comparten muchos elementos cuando se consideran desde una perspectiva global, una mirada más cercana revela que difieren significativamente en aspectos clave, dado que las grandes economías del mercado interno coexisten con otras pequeñas economías orientadas a la exportación (Amorós *et al.*, 2016b). Además, desde la década de 1980, los acuerdos comerciales regionales se han vuelto más comunes entre estos estados, lo que ha facilitado un aumento del comercio internacional entre ellos. El Mercado Común del Sur (Mercosur), incluyendo Argentina, Uruguay, Brasil y Paraguay, con Chile, Colombia y Perú como miembros asociados, y la Alianza del Pacífico creada por Chile, Colombia, México y Perú son buenos ejemplos de la simplificación del comercio internacional entre los países latinoamericanos, lo que ha generado nuevas oportunidades para llevar a cabo operaciones internacionales con empresas locales. Además, entre los países latinoamericanos se encuentra una enorme heterogeneidad de actitudes políticas hacia el papel del gobierno en la economía y específicamente hacia las empresas internacionalizadas. Cabe señalar que algunas de estas actitudes están arraigadas en la sociedad y van más allá de la ideología del gobierno en un momento concreto. Por lo tanto, podemos identificar un amplio espectro de casos, desde aquellos estados a favor de una posición menos intervencionista (por ejemplo, Chile) hasta aquellos en los que la actitud general hacia las libres empresas y los emprendedores obliga a los responsables políticos a establecer restricciones más fuertes (por ejemplo, Argentina o Bolivia). Seguimos la sugerencia de Knight y Liesch (2016) de realizar estudios sobre las empresas BG utilizando datos longitudinales a través de varias unidades de análisis, incluyendo al emprendedor y el país. Sobre la base de esta recomendación, se analizaron datos de cinco de las principales economías de América Latina, en concreto, Argentina, Chile, Colombia, Perú y Uruguay.

Los resultados de este análisis proporcionan una mayor comprensión de los aspectos relacionados con las empresas BG con dos tipos de factores: factores del individuo y factores

del país. De esta manera, contribuimos a dos corrientes de literatura, en concreto: (a) la literatura sobre emprendimiento internacional, particularmente en términos de creación de empresas BG, y (b) la literatura que apunta a una escasez de estudios sobre el impacto que los factores culturales, contextuales o institucionales pueden tener en la aparición de las empresas BG (Jiang *et al.*, 2020; Paul y Rosado-Serrano, 2019).

En consecuencia, de acuerdo con Shane (2009), los resultados de esta investigación aportan implicaciones prácticas que pueden ayudar a los responsables políticos a identificar las circunstancias ideales en las que las empresas latinoamericanas podrían convertirse en empresas BG, donde según Vendrell-Herrero *et al.* (2017), una mayor participación en los negocios internacionales por parte de nuevas empresas les permitirá mejorar su productividad. Por lo tanto, buscamos responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué factores del individuo y del país influyen en la creación de empresas BG en América Latina?

Contrastamos nuestra hipótesis combinando (a) la información de los factores del individuo proporcionada por el GEM sobre los cinco países examinados entre 2007 y 2015 con (b) la información recopilada del país por el Banco Mundial y el Observatorio de Complejidad Económica del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). El uso de GEM, la base de datos más utilizada en el ámbito del emprendimiento es la opción más adecuada, ya que proporciona datos sobre los rasgos y la percepción de los emprendedores con una metodología común en diferentes países, que aborda una limitación estándar existente en los estudios internacionales.

El capítulo está estructurado de la siguiente manera. La sección 3.2 presenta el marco de análisis en relación con la literatura existente sobre los factores culturales, económicos y del entorno de las características BG de las nuevas empresas. En la sección 3.3 se analizan cada una de las hipótesis en relación con los trabajos existentes sobre los países analizados. A continuación, la sección 3.4 describe la metodología, y la sección 3.5 presenta los resultados, que se examinan con más detalle en la sección 3.6.

3.2. Marco teórico

El emprendimiento es una consecuencia tanto de la formación de oportunidades de negocio como de la comprensión de las aspiraciones empresariales que apoyan la creación de un nuevo negocio.

La investigación ha encontrado una relación en forma de U entre el nivel de actividad económica y el nivel de emprendimiento (Wennekers *et al.*, 2010). Una vez alcanzados ciertos niveles de PIB per cápita, el aumento de los ingresos conduce a mayores tasas de emprendimiento (Pinillos y Reyes, 2011). En relación a esta observación, Acs *et al.* (2017) obtuvieron una relación en forma de S entre el nivel de desarrollo y el espíritu emprendedor. Por lo tanto, se necesitan más elementos para dar una explicación completa de esta relación.

Además, la investigación ha identificado algunas posibles variables a considerar en la relación entre factores culturales y emprendimiento. Actualmente existen pruebas de que los factores culturales del emprendedor pueden explicar estas diferencias en la propensión empresarial de los individuos (Audretsch *et al.*, 2017; Stuetzer *et al.*, 2014; Thornton *et al.*, 2011); se comprobó que la cultura, tal como se manifiesta en aspectos como el rechazo de la incertidumbre o el individualismo, ejerce una influencia en la actividad empresarial predominante (Ma y Todorovic, 2012). Además de las variables económicas, otras como el control de la corrupción, la educación y los factores culturales también afectan al emprendimiento (Aguilera *et al.*, 2017; Nicholls-Nixon *et al.*, 2011), siendo la correlación de estos factores más fuerte en América Latina y el Caribe que en Europa, mientras que para los factores culturales la correlación es mayor en Europa (Castaño *et al.*, 2015).

Además, Terjesen *et al.* (2016) observaron que las decisiones de internacionalización se basan en las características del emprendedor, la empresa y el entorno externo. Cuando se crea una empresa, el papel que desempeña el entorno en ese momento es fundamental, no solo con respecto a los aspectos legales o políticas que apoyan el emprendimiento, sino también especialmente en relación con los aspectos informales (Aparicio *et al.*, 2016).

Los mercados internacionales ofrecen oportunidades de negocio adicionales a los emprendedores, lo que puede ayudar a acelerar el proceso de crecimiento de los proyectos que acaban de comenzar a funcionar. En reconocimiento de este interés, el marco GEM ha impulsado la investigación en el campo del emprendimiento internacional desde la década de 1990 (Terjesen *et al.*, 2016). Sin embargo, Hessels y Naudé (2019) no identificaron un marco sólido que muestre la influencia diferencial del nivel de desarrollo económico en las diferentes escalas del proceso empresarial. Por lo tanto, se necesitan más estudios para investigar más a fondo las características individuales y las condiciones externas que afectan a la creación de empresas BG.

Existen factores específicos que contribuyen a una mayor probabilidad de internacionalización de una empresa (Li *et al.*, 2015; Navarro-García, 2016). En este capítulo, examinamos estos factores explorando el fenómeno de las empresas BG y aportando nuevas evidencias relacionadas con los determinantes de la internacionalización de las empresas.

Para destacar algunos de estos factores, nos centramos en América Latina, zona geográfica que no ha sido suficientemente estudiada, lo cual nos permite ampliar la literatura existente sobre BG en dicha zona (Amorós *et al.*, 2016a; Amorós *et al.*, 2016b; Ciravegna *et al.*, 2018; Martin y Javalgi, 2019). En las economías emergentes, los factores que difieren de los típicos de las economías avanzadas puede que no se hayan tenido en cuenta, dado que tanto su nivel de desarrollo económico como los valores que esas variables toman realmente pueden modificar su pertinencia (por ejemplo, la importancia de la burocracia o la complejidad de sus economías). Cabe señalar que América Latina y otras economías emergentes tienen una participación cada vez mayor en la economía mundial, y las empresas BG de países emergentes se convierten en actores significativos en muchos mercados (Lin *et al.*, 2016). Los pocos estudios previos sobre empresas BG en países latinoamericanos han encontrado factores clave que influyen en la internacionalización temprana de las empresas. En el caso de Colombia, el

emprendimiento, la visión global, el conocimiento del mercado internacional y la innovación tecnológica influyen en la internacionalización temprana de las empresas (Tabares *et al.*, 2015). En Chile, Amorós *et al.* (2016a) concluyen que la educación del emprendedor y el uso de nuevas tecnologías aumentan la probabilidad de que una empresa sea BG, con actividades extractivas que contribuyen más que otros sectores a esta internacionalización temprana. Para Federico *et al.* (2009), la educación del emprendedor en varios países latinoamericanos es también un factor fundamental. Otros factores que parecen influir en la internacionalización temprana de las empresas en Chile son el tamaño de la empresa (Cancino y Coronado, 2014) y el nivel tecnológico del sector (Cancino, 2014). Según Dib *et al.* (2010), las empresas brasileñas con mayor intensidad de I+D y con emprendedores que poseen un mayor conocimiento técnico tienden a ser BG. En México, las empresas BG tienen una alta capacidad de innovación, asumiendo riesgos y siendo proactivos (Martín y Javalgi, 2019).

Sobre la base de los resultados anteriores, concluimos que un conjunto de factores que se asocian con la internacionalización temprana de nuevas empresas y el contexto social y económico de la zona (Escandón-Barbosa *et al.*, 2019; Tabares *et al.*, 2021; Yang *et al.*, 2020) deben combinarse para obtener una explicación mejor del fenómeno BG, especialmente en economías emergentes como América Latina. El modelo conceptual propuesto incorpora un análisis multidimensional (Schwens *et al.*, 2018) delineado teóricamente e identificando empíricamente las variables culturales del emprendedor, así como las variables económicas y las relaciones que existen entre los factores moderadores del entorno y los factores culturales que afectarán a la internacionalización temprana de la empresa. En el modelo conceptual propuesto (véase la Figura 3), la internacionalización temprana de las empresas depende tanto de factores del individuo como del país. Más concretamente, siguiendo a Hsieh *et al.* (2019), nuestro modelo aborda respecto a los factores del individuo la perspectiva centrada en el emprendedor, incluyendo las intenciones del emprendedor, su compromiso con la innovación

y sus aspiraciones. Las dimensiones de los factores económicos analizados son el PIB per cápita y el nivel de complejidad económica, y como factores moderadores del entorno, analizamos los procedimientos para crear una empresa, la financiación y la corrupción. Tanto los factores individuales como los factores del entorno tienen un impacto en la creación de empresas BG (Romanello y Chiarvesio, 2019). Así, siguiendo a Cannone y Ughetto (2014), se realizó un estudio multinivel, analizando cómo la aparición de empresas BG es el resultado tanto de factores del individuo que inicia su proyecto empresarial como de factores del país en el que está ubicado el emprendedor.

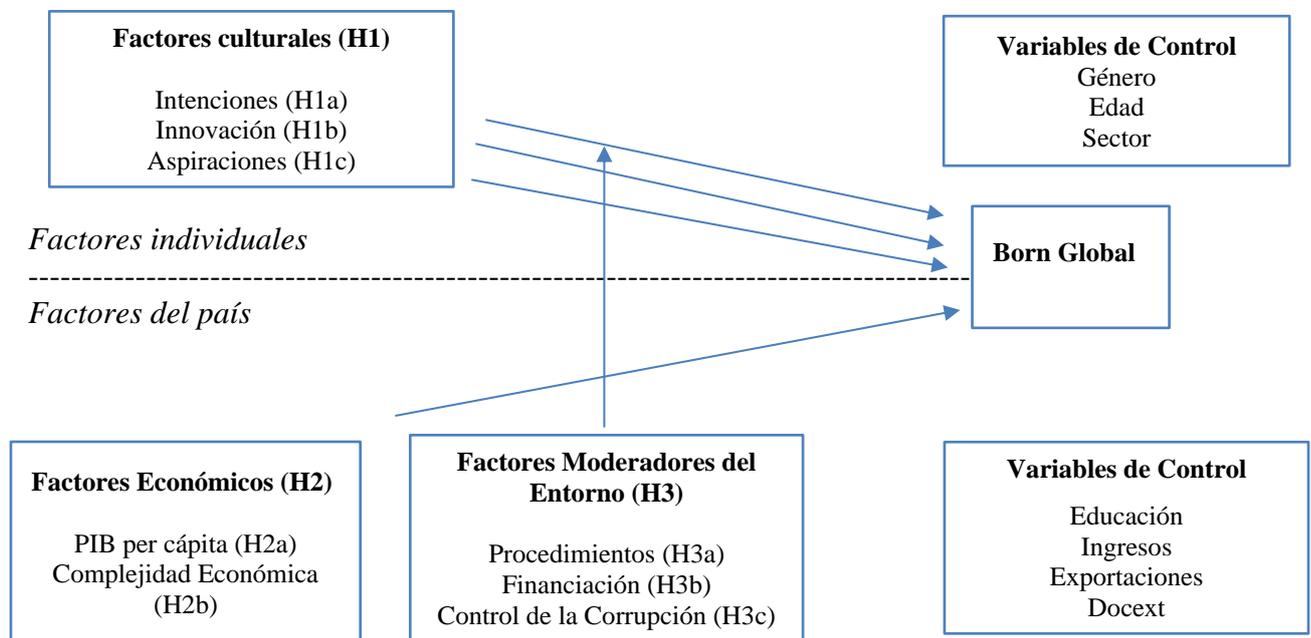


FIGURA 4. Modelo conceptual de factores individuales y del país en América Latina

3.2.1 Factores individuales

La actividad empresarial depende no solo de la situación económica del país donde vive el emprendedor, ya que, exceptuando la existencia de casos extremos (o restricciones legales), siempre existen oportunidades de negocio, sino también de su percepción de oportunidades de negocio y de sus patrones culturales (Crecente-Romero *et al.*, 2016). Diversos estudios que se han centrado en los rasgos personales de los emprendedores han producido una serie de resultados teóricos y empíricos a este respecto (Caliendo *et al.*, 2014; Kerr *et al.*, 2018).

Kaczmarek y Ruigrok (2013) se centraron en los antecedentes culturales de los gerentes, examinando las razones por las que la diversidad del equipo directivo puede ser beneficiosa, y las condiciones en las que se produce dicha diversidad. El análisis de los factores individuales que influyen en la internacionalización tiene en cuenta aspectos como las características personales del emprendedor. En concreto, Crecente-Romero *et al.* (2016) se refieren al conocimiento desarrollado, la percepción de oportunidades, la tolerancia al riesgo, la edad o el género. En nuestro caso, nos centramos en tres factores culturales (intenciones, innovación y aspiraciones) que permiten analizar los aspectos individuales que llevan a un emprendedor a operar en los mercados internacionales desde la fase inicial de creación de la empresa. En particular, la cultura nacional afecta en gran medida a los valores y a los comportamientos sociales, así como a las percepciones de los individuos sobre diversos aspectos del emprendimiento, las motivaciones para participar en esta actividad, la innovación, las aspiraciones crecientes e incluso la satisfacción de los individuos con sus vidas y con su trabajo. Estas variables se han utilizado de manera extensa en estudios anteriores (Andersson, 2011; Gruenhagen *et al.*, 2018; Hessels *et al.*, 2008b).

3.2.2. Factores del país

En la investigación sobre el emprendimiento es ampliamente aceptado que el proceso emprendedor de un individuo está influenciado no solo por las características personales de su promotor, sino también por las características del entorno (Acs *et al.*, 2014; Ghura *et al.*, 2017; Turró *et al.*, 2016) donde el emprendedor desarrolla sus actividades. Los resultados del GEM demuestran que existen diferencias considerables entre los países en los niveles de actividad empresarial (Urbano *et al.*, 2019a).

Estas diferencias internacionales pueden explicarse, al menos en parte, por las condiciones del marco empresarial específico para cada país, la política gubernamental, las finanzas, la legislación y la educación, así como por los aspectos culturales y sociales (Liñán y

Fernández-Serrano, 2014; Urbano y Álvarez, 2014). Stenholm *et al.* (2013) aportaron pruebas empíricas del impacto de los acuerdos institucionales en la actividad empresarial de un país. En este contexto, la debilidad del Estado y la fragilidad del gobierno afectan positivamente los esfuerzos empresariales basados en la necesidad, pero obstaculizan los esfuerzos basados en la oportunidad (Amorós *et al.*, 2019). Cuando el desarrollo institucional en una región es fuerte, el impacto de la presencia de empresas BG se hace aún mayor (Gao *et al.*, 2010; Kiss y Danis, 2008).

3.3. Hipótesis

El impacto del contexto del país de origen en la internacionalización de las empresas BG debe integrarse mejor en los modelos teóricos y conceptuales existentes que explican dicha internacionalización (Zander *et al.*, 2015). Al avanzar en esta línea de investigación, debe examinarse la influencia que los factores del país de origen tienen en esas empresas para facilitar una mejor comprensión del contexto en el que las intenciones y las motivaciones empresariales de esas personas provocan las decisiones de las empresas de implementar una internacionalización temprana (Zahra *et al.*, 2005).

Como se resume en el modelo conceptual presentado en la Figura 4, se propone que aquellos factores del individuo que capten las características culturales/psicológicas/de gestión del emprendedor, junto con los factores relacionados principalmente con las características económicas/institucionales del país donde se desarrolla el negocio, expliquen mejor el carácter BG de las empresas latinoamericanas. En consecuencia, se pueden plantear dos series de hipótesis, la primera relacionada con los rasgos culturales (para abreviar) del emprendedor, y la segunda relacionada con la situación económica del país.

3.3.1. Factores culturales

Ha habido mucha investigación sobre intenciones empresariales (Bird, 2015) y se ha descubierto que los emprendedores forman intenciones de crear empresas que se internacionalizan a nivel global y de manera rápida (Pidduck *et al.*, in press). Las características de la personalidad del gerente de la empresa y el entorno social y cultural han sido importantes para explicar el grado de internacionalización de las empresas emprendedoras en una fase temprana (Muralidharan y Pathak, 2017). La literatura ha subrayado que un entorno empresarial en el que la creación de empresas es común puede proporcionar la base cultural/psicológica para asumir riesgos adicionales o para lanzar nuevos proyectos empresariales que difieran más del estándar (Covin y Miller, 2014). Sin embargo, nos centramos en el hecho de que la decisión de una persona está determinada no solo por las características del entorno, sino también por sus rasgos personales, que pueden modelarse por la actividad empresarial existente en su país de origen. Por lo tanto, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1a: Las empresas impulsadas por emprendedores con una mayor intención de crear nuevos negocios es más probable que sean BG.

Las empresas jóvenes con una fuerte cultura de innovación se internacionalizan antes que otras empresas sin esta cultura innovadora (Cavusgil y Knight, 2015). Si bien se espera que las nuevas empresas de los países económicamente avanzados sean más sofisticadas desde el punto de vista tecnológico y lleven a cabo más actividades de investigación y desarrollo que las empresas de los países en desarrollo, el efecto también debería ser pertinente en los países que están avanzando en la incorporación de resultados tecnológicos y de innovación.

Se reconoce que las empresas BG se caracterizan por su capacidad innovadora (Baronchelli y Cassia, 2014; Kim *et al.*, 2011; Knight y Cavusgil, 2004). Además, la internacionalización temprana de nuevas empresas se ve como un proceso de innovación en sí

mismo, y la innovación y la internacionalización se refuerzan mutuamente (Zijdemans y Tanev, 2014), aunque esta relación debe ser validada en una amplia gama de países (Mostafiz *et al.*, in press). En consecuencia, se propone la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1b: *Las empresas impulsadas por emprendedores con un carácter innovador es más probable que sean BG.*

Hermans *et al.* (2015) definieron a un emprendedor ambicioso como aquel con grandes aspiraciones y con grandes expectativas. Por lo tanto, la ambición puede motivar a un individuo a salir al extranjero y a aplicar esfuerzos adicionales en un proyecto empresarial.

El lanzamiento de una empresa BG implica numerosos riesgos que llevan a muchos emprendedores a renunciar en las primeras etapas de su empresa, y solo una pequeña proporción de estas empresas jóvenes muestran un crecimiento muy alto (Haltiwanger *et al.*, 2013). Desde su nacimiento, las empresas BG tienen un objetivo permanente de crecer y expandirse, dado que su crecimiento está relacionado con la entrada en nuevos mercados (Davidsson *et al.*, 2010). Los estudios han encontrado que la situación del entorno empresarial afecta a la formación de sus propias aspiraciones de crecimiento (Autio y Acs, 2010; Autio *et al.*, 2013; Estrin *et al.*, 2013; Giotopoulos *et al.*, 2017a; Verheul y Van Mil, 2011). Además, se considera que las aspiraciones de crecimiento de una empresa tienen un impacto positivo en su internacionalización (Gruenhagen *et al.*, 2018; Terjesen y Szerb, 2008), aunque la evidencia es mixta (Capelleras *et al.*, 2018). Por lo tanto, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1c: *Las empresas impulsadas por emprendedores con una mayor aspiración de crecimiento para sus negocios es más probable que sean BG.*

3.3.2. Factores económicos

El crecimiento económico es uno de los fenómenos macroeconómicos más estudiados en la economía, y la literatura ha llegado a la conclusión de que, entre sus consecuencias, dicho crecimiento afecta al emprendimiento (Aragón-Sánchez *et al.*, 2020; Audretsch y Keilbach, 2008; Nissan *et al.*, 2011; Castaño *et al.*, 2015; Nicolás-Martínez y Rubio-Bañón, 2020; Urbano *et al.*, 2019b). Este efecto puede variar con el tiempo y entre regiones (Bjørnskov y Foss, 2013).

El crecimiento económico suele ir asociado a un marco macroeconómico favorable para las empresas (el déficit público tiende a reducirse, por lo que no habrá ningún efecto de exclusión contando las empresas con recursos financieros disponibles; menores presiones para aumentar los tipos impositivos, lo cual constituye un entorno más favorable para los negocios, etc.). Además, algunas fuentes de crecimiento económico son también motores del emprendimiento (ya sean originados por la demanda agregada o por la oferta), mientras que las políticas públicas específicas pueden hacer aún más para fomentar dicho crecimiento (por ejemplo, desregulación, tipos de interés más bajos, etc.). Asimismo, el crecimiento económico permite a las nuevas empresas alcanzar rápidamente la escala mínima para entrar en los mercados extranjeros y, posteriormente, convertirse en BG. En consecuencia, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2a: Las empresas impulsadas por emprendedores en países con mayor crecimiento económico es más probable que sean BG.

En el proceso de crecimiento económico, los países en desarrollo no crecen al continuar con sus prácticas habituales; más bien, estas naciones modifican la forma en que llevan a cabo sus operaciones realizando cambios estructurales, entre otros desarrollando y explotando nuevas ventajas competitivas que las lleva a modificar los bienes y servicios en los que se

especializan. La complejidad económica, estudiada por Hidalgo y Hausmann (2009), representa el nivel de sofisticación y no replicabilidad que se asocia con la cesta de exportación de un país. La medición de este nivel consiste en utilizar una media ponderada (es decir, donde el peso es la proporción de cada producto en la cesta de exportación del país) de la complejidad del conjunto de productos exportados por cada país, lo que representa las estructuras que surgen para mantener y combinar el conocimiento del país. Cuanto más diversos y complejos sean los productos de exportación, más diversas serán las capacidades y los conocimientos del país. En consecuencia, la complejidad económica de un país es un indicador de la sofisticación y singularidad de las capacidades y conocimientos presentes en él. Como las empresas BG requieren nuevas capacidades productivas, conocimientos técnicos y tecnologías para tener éxito, formulamos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2b: Las empresas impulsadas por emprendedores en países con mayor complejidad económica serán probablemente BG.

3.3.3. Factores moderadores del entorno

El marco económico e institucional se considera un factor que facilita la aparición de nuevas empresas (World Bank, Doing Business, 2020) y que las existentes se internacionalicen (ISGEP, 2008). Este marco comprende diferentes dimensiones (por ejemplo, las regulaciones gubernamentales, el acceso al crédito o el control de la corrupción) que podrían promover o disuadir la aparición de empresas BG.

La existencia de regulaciones gubernamentales que faciliten la creación de empresas aumenta la probabilidad de que surjan más emprendedores (McCormick y Somaya, 2020; Urbano y Álvarez, 2014). Así pues, es probable que un número excesivo de procedimientos necesarios para crear una empresa sea perjudicial para el emprendimiento (Dreher y Gassebner, 2013). Asimismo, el acceso al crédito en una economía se percibe como muy necesario tanto

para iniciar una actividad empresarial como para crecer o expandirla (Fuentelsaz *et al.*, 2015). Este acceso al crédito bancario fomenta la capacidad de internacionalizar la empresa (Aparicio *et al.*, 2016). La corrupción se considera un problema complejo; en cuanto al control de la corrupción, se constató que un bajo nivel de corrupción en un país es una condición favorable para promover el emprendimiento internacional (Chowdhury y Audretsch, 2021; Chowdhury, *et al.*, 2015). A la luz de lo anterior, proponemos las siguientes hipótesis:

Hipótesis 3a: *En los países que requieren de muchos procedimientos para la creación de nuevas empresas es menos probable que las empresas impulsadas por emprendedores con la intención de iniciar un nuevo negocio sean BG.*

Hipótesis 3b: *En los países con fácil acceso a recursos financieros es más probable que las empresas impulsadas por emprendedores con la intención de iniciar un nuevo negocio sean BG.*

Hipótesis 3c: *En los países con un buen control de la corrupción es más probable que las empresas impulsadas por emprendedores con la intención de iniciar un nuevo negocio sean BG.*

3.4. Análisis empírico

3.4.1. Datos

El modelo propuesto combina variables con factores del individuo y con factores del país para explicar la relación entre las dimensiones económicas del entorno y la actividad empresarial. Para poner a prueba las hipótesis planteadas, analizamos cinco países latinoamericanos - Argentina, Chile, Colombia, Perú y Uruguay- utilizando los datos disponibles para el período 2007-2015. Otros países latinoamericanos, incluidas las dos economías más grandes, México y Brasil, no están incluidos en el análisis, al no disponer de sus datos completos (como en el

caso de las variables que capturan el número de trámites necesarios para iniciar un nuevo negocio o el acceso al crédito). Es necesario utilizar datos de diferentes países porque las hipótesis planteadas se centran en el efecto de las características específicas de los países en la aparición de empresas BG, lo que significa que en el análisis empírico se requiere analizar diferentes entornos. Además, la elección de un conjunto de economías en desarrollo (en lugar de una comparación entre las avanzadas y las emergentes) evita comparar situaciones que podrían ser demasiado diversas y en las que otros elementos podrían difuminar las relaciones analizadas.

Los datos se recogieron de tres fuentes diferentes: el estudio GEM para las características del emprendedor, y el Banco Mundial junto con el Observatorio de la Complejidad Económica para las características de los países. Los datos relativos a las variables de crecimiento anual del PIB, índice de complejidad económica y exportaciones de bienes y servicios se retardan un año para mitigar la posible endogeneidad.

Podemos destacar que el emprendimiento en los países latinoamericanos se concentra en sectores como los negocios mayoristas o minoristas, principalmente orientados al consumidor, siendo más común en países como México y Ecuador. También cabe destacar que el emprendimiento motivado por la necesidad (vs. oportunidad) tiene más importancia en estos países que en los países europeos, lo que podría explicarse por la situación económica y la falta de un estado de bienestar que apoye a las personas en crisis económicas en el primer grupo. Estos resultados enfatizan la necesidad de desarrollar un análisis del emprendimiento en una diversidad de países, siendo las naciones latinoamericanas un caso valioso.

La caracterización de BG encaja en el marco conceptual del GEM. Al igual que en el capítulo anterior, se excluyen las empresas que tengan más de 42 meses o las personas consideradas emprendedoras incipientes (es decir, las que hayan pagado salarios por un período igual o inferior a 3 meses). Para el período 2007-2015, los datos incluyen los resultados de una

encuesta estandarizada de la población adulta. Siguiendo las definiciones de GEM y la metodología del proyecto, aunque de una manera más restrictiva, se seleccionan individuos en los cinco países clave que son considerados por el GEM como nuevos emprendedores, es decir, aquellos que sean propietarios de empresas que han pagado sueldos o salarios durante más de 3 meses, pero menos de 42. Usando esta definición, y depurando observaciones la muestra final consta de 3.842 encuestados.

3.4.2. Variables y Metodología

En el modelo propuesto, la variable dependiente es una variable discreta, ya que se refiere a si el emprendedor participa en una empresa BG en lugar de una empresa no internacionalizada. Cabe señalar que no existen criterios aceptados unánimemente para clasificar empíricamente a las empresas BG (Øyna y Alon, 2018). Hasta ahora, las dos variables más comunes utilizadas en los estudios empíricos son la importancia de los mercados internacionales en las ventas de la empresa y el tiempo transcurrido desde la fundación de la empresa y su primera exportación (Knight *et al.*, 2004; Kuivalainen *et al.*, 2007). En este capítulo también tomamos estas dos variables como criterios identificativos, ya que son los más utilizados en la literatura (Dzikowski, 2018).

El capítulo combina los dos criterios habituales señalados para identificar a las empresas como BG (tiempo inferior a 42 meses desde la creación de la empresa y umbral de exportación superior al 25%) mediante la construcción de una variable ficticia dependiente para representar cada una de las alternativas, donde se da un valor de 0 para una empresa no BG y 1 para una empresa BG. Este enfoque ha sido adoptado por otros autores que han analizado empresas BG utilizando datos de GEM (ver Amorós *et al.*, 2016a; Muralidharan y Pathak, 2017). Dada la naturaleza binaria de la variable dependiente (es decir, las empresas que son BG o no BG), se propone un modelo de regresión logística para probar las hipótesis del modelo. Este método permite identificar qué variables son estadísticamente significativas en la

categorización de las empresas como BG o no BG.

Además de la variable dependiente, los datos de Hipótesis 1a, 1b y 1c, así como uno de los factores multiplicativos para la Hipótesis 3 también provienen de GEM. Los factores del entorno se derivan del Banco Mundial (es decir, el porcentaje del crecimiento anual del PIB per cápita correspondiente a la Hipótesis 2a) y del Observatorio de la Complejidad Económica del MIT Media Lab (es decir, el índice de complejidad económica para la Hipótesis 2b). El vínculo de la característica BG con los factores culturales del emprendedor se captura a través de la Hipótesis 1, en concreto con las intenciones, la innovación y las aspiraciones del emprendedor. Dado que algunos elementos específicos de cada país pueden estar presentes en estas variables, procedemos a tipificarlos (Z-score).

Considerando que los factores económicos encarnan características complejas y multidimensionales, se miden a través del PIB per cápita de los países y el índice de complejidad económica. Los factores moderadores (Hipótesis 3) se miden por: (a) la interacción entre la característica emprendedora de esperar iniciar otra empresa en los próximos tres años, (b) los distintos datos procedentes del Banco Mundial utilizados en el análisis de los factores formales (por ejemplo, el número de procedimientos para iniciar una empresa y el acceso al crédito), y (c) los factores informales (por ejemplo, el control de la corrupción). El número de procedimientos establece el número de trámites requeridos para que un emprendedor comience formalmente a operar una empresa industrial o comercial. El control de la corrupción capta la percepción de la corrupción en cada país. La variable de acceso al crédito corresponde al porcentaje de la población adulta que tiene al menos un crédito por banco privado.

Además de los elementos seleccionados para el análisis, algunos otros factores también pueden explicar la creación de empresas BG y se capturan con algunas variables de control que podemos agrupar en dos categorías. La primera categoría contiene las variables de edad, género

TABLA 5. Indicadores seleccionados para el modelo de integración de factores individuales y del país en América Latina

Variables	Definición	Fuente	Hipótesis
Omexport	¿Qué proporción de sus clientes viven normalmente fuera del país?	GEM	Variable dependiente
Futsup	¿Espera usted, solo o con otros, iniciar un nuevo negocio, incluyendo cualquier tipo de trabajo por cuenta propia, dentro de los próximos 3 años?	GEM	H1a
Innov	Los emprendedores no innovadores son aquellos que (1) utilizan tecnologías o procedimientos necesarios para ese producto o servicio que llevan más de un año disponibles; (2) ninguno de sus clientes consideró que su producto o servicio era nuevo o desconocido; y (3) tienen muchos competidores comerciales. Cualquier otra combinación de estas variables se clasifica como una empresa innovadora	GEM	H1b
Job20	Diferencia entre las respuestas a las preguntas: (1) sin contar a los propietarios, ¿cuántas personas estarán trabajando para este negocio dentro de 5 años? y (2) sin contar a los propietarios, ¿cuántas personas están trabajando actualmente para este negocio? El resultado se codifica con 1 para aquellas empresas que esperan crear 20 o más puestos de trabajo en un plazo de 5 años y 0 en caso contrario.	GEM	H1c
GDPG (t-1)	% de crecimiento anual del PIB per cápita (se retarda 1 período)	Banco Mundial	H2a
ECI (t-1)	Índice de Complejidad Económica (se retarda 1 período)	Observatorio de Complejidad Económica	H2b
Futsup * Tnec	¿Espera usted, solo o con otros, iniciar un nuevo negocio, incluyendo cualquier tipo de trabajo por cuenta propia, dentro de los próximos 3 años? y número de procedimientos necesarios para crear un nuevo negocio	GEM / Banco Mundial	H3a
Futsup*Credbt	¿Espera usted, solo o con otros, iniciar un nuevo negocio, incluyendo cualquier tipo de trabajo por cuenta propia, dentro de los próximos 3 años? y la cobertura de banca privada (porcentaje de la población adulta que tiene al menos un crédito por banca privada)	GEM / Banco Mundial	H3b
Futsup*ContCorrupt	¿Espera usted, solo o con otros, iniciar un nuevo negocio, incluyendo cualquier tipo de trabajo por cuenta propia, dentro de los próximos 3 años? y control de la corrupción	GEM / Banco Mundial	H3c
Gender	Género	GEM	Control
Age	Edad	GEM	Control
Sector	Sectores (extractivos, transformadores, servicios a las empresas y orientados al consumidor)	GEM	Control
Tnec	Número de procedimientos necesarios para crear una nueva empresa	Banco Mundial	Control
Credbt	Cobertura de banca privada (porcentaje de la población adulta que tiene al menos un crédito por banca privada)	Banco Mundial	Control
ContCorrupt	Control de la corrupción (intervalo de -2,5 (débil) a 2,5 (fuerte))	Banco Mundial	Control
Edus	Tasa total de matriculación en enseñanza secundaria	Banco Mundial	Control
Income	Clasificación de las economías en el estudio en ingresos medios-medios bajos y altos-medios (0) y altos-medios (1)	Banco Mundial	Control
Export (t-1)	Exportaciones de bienes y servicios (% del PIB) (se retarda 1 período)	Banco Mundial	Control
Docext	Número de documentos necesarios para la exportación	Banco Mundial	Control

y sector, que se encuentran en el individuo. La segunda categoría consiste en variables como la educación, el desarrollo económico, las exportaciones y el número de documentos necesarios para exportar, que se encuentran en el país. La Tabla 5 presenta la definición exacta de cada variable junto con las fuentes de datos y sus hipótesis asociadas.

3.5. Resultados

La Tabla 6 muestra los estadísticos descriptivos y la matriz de correlación de los datos utilizados en el análisis econométrico. Como se puede observar, no existen correlaciones apreciables entre las variables propuestas como explicativas en el modelo, lo cual es una garantía de la estimación econométrica realizada.

Para analizar y comparar la incidencia de los factores económicos y culturales en la aparición de empresas BG, se estimaron dos modelos diferentes. El Modelo 1 incorpora aspectos culturales y económicos, mientras que el Modelo 2 añade el efecto moderador que los factores formales e informales producen en la aparición de empresas BG.

La Tabla 7 muestra los resultados de la estimación econométrica del modelo de regresión logística binario. La estimación econométrica del Modelo 1 proporciona evidencia empírica para apoyar que los rasgos del individuo, tales como las intenciones y las aspiraciones empresariales, llevan a su negocio a ser BG (Hipótesis 1a y 1c). Utilizando el conjunto de datos de los cinco países latinoamericanos, se muestra que existe una relación positiva entre emprendedores que tienen una mayor intención de iniciar un nuevo negocio y el carácter BG de las empresas que crean. Este resultado confirma el de Evald *et al.* (2011), quienes encontraron que las intenciones empresariales son un fuerte predictor de futuras acciones empresariales, y se puede suponer que estas intenciones se aplican igualmente al objetivo de internacionalización. En cuanto a la innovación (Hipótesis 1b), no hemos encontrado un apoyo sólido al hecho de que, en los países analizados, los emprendedores innovadores conduzcan a

TABLA 6. Estadísticos descriptivos y matriz de correlaciones del modelo de integración de factores individuales y del país en América Latina

		Media	Std. D	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	Omexport	0,08	0,273	1	0,051**	0,040*	0,066**	0,037*	-0,001	0,051**	0,055**	0,024	0,040*	-0,014	-0,004	-0,051**	-0,079**	-0,033*	0,074**	-0,024	0,031	0,055**	-0,021
2	Futsup	-0,0188425	1,00008562	1	1	0,043**	0,026	-0,005	0,103**	0,978**	0,867**	0,303**	0,051**	-0,105**	-0,106**	0,020	-0,023	-0,024	-0,018	-0,001	-0,075**	-0,034*	-0,138**
3	Innov	0,0016973	1,00410204		1	1	0,017	0,004	-0,001	0,043**	0,048**	0,002	-0,025	-0,005	0,003	-0,004	-0,056**	-0,056**	0,049**	-0,030	0,023	0,032*	-0,040*
4	Job20	0,0027721	1,00542583			1	1	0,017	0,048**	0,029	0,029	0,004	0,065**	0,014	0,007	-0,077**	-0,003	0,013	-0,021	0,003	-0,020	-0,039*	-0,076**
5	GDP (t-1)	3,7947	2,89610				1	1	-0,286**	0,000	0,009	-0,009	-0,008	-0,023	-0,025	-0,055**	-0,005	-0,099**	0,080**	-0,379**	0,055**	0,241**	0,144**
6	ECI (t-1)	-0,1284	0,30981					1	1	0,101**	0,076**	-0,015	-0,002	-0,025	-0,032*	-0,003	0,231**	0,346**	-0,312**	0,444**	-0,317**	-0,571**	-0,461**
7	FutsupXTnec	-0,2136	9,18354						1	1	0,909**	0,185**	0,049**	-0,100**	-0,101**	0,015	-0,065**	-0,040*	0,003	0,000	-0,056**	-0,024	-0,150**
8	FutsupXCredbt	-1,7567	62,63800							1	1	-0,072**	0,046**	-0,078**	-0,077**	0,012	-0,061**	-0,082**	-0,008	-0,030	-0,059**	-0,011	-0,175**
9	FutsupXContCorrupt	-0,0208	0,91928								1	1	0,026	-0,061**	-0,063**	-0,004	0,085**	0,007	-0,039*	-0,040*	-0,089**	0,010	0,008
10	Gender	0,53	0,499									1	1	-0,001	0,007	-0,194**	-0,007	0,028	0,009	0,015	-0,006	-0,006	0,020
11	Age	38,65	12,241										1	1	0,984**	-0,053**	-0,090**	-0,121**	0,153**	-0,002	0,130**	0,118**	0,038*
12	Age ²	1643,8248	1026,93651											1	1	-0,051**	-0,093**	-0,129**	0,162**	-0,008	0,137**	0,129**	0,045**
13	Sector	3,23	0,949												1	1	-0,004	-0,024	-0,010	0,030	0,004	-0,018	-0,026
14	Tnec	8,9839	1,89472													1	1	0,590**	-0,564**	0,123**	-0,478**	-0,430**	0,299**
15	Credbt	54,2734	31,21238														1	1	-0,705**	0,457**	-0,508**	-0,731**	0,098**
16	ContCorrupt	0,2788	0,87575															1	1	-0,404**	0,599**	0,865**	0,342**
17	Edus	98,6306	4,67225																1	1	0,133**	-0,690**	-0,167**
18	Income	0,1934	0,39501																	1	1	0,400**	0,273**
19	Export (t-1)	24,6645	8,70867																		1	1	0,429**
20	Docext	4,76	0,711																			1	1

***, ** y * indica significatividad al 1,5 y 10%, respectivamente,

TABLA 7. Resultados de la regresión logística del modelo de integración de factores individuales y del país en América Latina

	Modelo 1	Modelo 2
	Coef, (std. error)	Coef, (std. error)
Futsup	0,157 ** (0,062)	-0,246 (0,429)
Innov	0,078 (0,049)	0,084* (0,048)
Job20	0,154*** (0,047)	0,164*** (0,047)
GDPG (t-1)	0,072** (0,029)	0,076*** (0,027)
ECI (t-1)	0,130 (0,372)	0,466 (0,313)
Futsup*Tnec		-0,006 (0,047)
Futsup*Credbt		0,007*** (0,003)
Futsup*ContCorrupt		0,190* (0,109)
Tnec	-0,038 (0,066)	
Credbt	0,019*** (0,005)	
ContCorrupt	0,412** (0,245)	
Age	-0,085*** (0,024)	-0,082*** (0,024)
Age ²	0,001*** (0,000)	0,001*** (0,000)
Gender	0,160 (0,126)	0,168 (0,126)
Sector		
Extractivo	0,743*** (0,274)	0,800*** (0,273)
Transformador	0,178 (0,148)	0,181 (0,147)
Servicios Empresariales	0,467*** (0,163)	0,487*** (0,163)
Edus	0,025 (0,026)	0,054** (0,027)
Income	0,313 (0,312)	0,33 (0,213)
Export (t-1)	0,663** (0,028)	0,059*** (0,014)
Docext	-0,793*** (0,218)	-0,363*** (0,124)
X ²	122,310	96,101
R ² Nagelkerke	0,068	0,073
Nº Observaciones	3.842	3.842

Nota: Sector (orientado al consumidor= categoría de referencia), ***, ** y * indica significatividad al 1,5 y 10%, respectivamente. Errores estándar entre paréntesis.

sus empresas a ser BG. Con referencia a la variable que representa las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores (Hipótesis 1c), nuestros resultados indican que los países en los que los emprendedores tienen mayores aspiraciones de crecimiento tendrán una mayor tendencia a una rápida internacionalización, un resultado apoyado por estudios anteriores en economías avanzadas (De Clercq y Bosma, 2008; Spence *et al.*, 2011).

En cuanto a la situación económica del país donde nace la empresa, encontramos una relación positiva y significativa. Se apoya la Hipótesis 2a, ya que existe una relación positiva entre el crecimiento económico y la probabilidad de ser una empresa BG. Investigaciones anteriores han aportado evidencia empírica sobre la relación entre el crecimiento económico y el compromiso con la exportación (Hessels y van Stel, 2011). Además, encontramos que el índice de complejidad económica no es significativo. Este resultado implica que no existen pruebas empíricas que apoyen la Hipótesis 2b en cuanto a si los niveles más altos de complejidad económica están asociados con una mayor probabilidad de que una empresa se convierta en BG.

El Modelo 1 también muestra que tanto el control de la corrupción como el acceso a la financiación son variables significativas, por lo que estas dos características del entorno son relevantes para explicar la creación de empresas BG, confirmando que proporcionan un entorno positivo para garantizar que las nuevas empresas sean BG. En este caso, constatamos que el número de procedimientos necesarios para crear una empresa no es un factor significativo en la probabilidad de que una empresa sea BG. El Modelo 2 examina estos tres elementos como un factor adicional a la variable que capta las intenciones y aspiraciones del emprendedor. Los resultados tienen la misma perspectiva: el acceso al crédito y el control de la corrupción son factores que influyen positivamente en la probabilidad de ser una empresa BG, lo que refuerza el efecto de las intenciones, mientras que el número de procedimientos necesarios para poner en marcha

una empresa sigue siendo no significativo. Por lo tanto, podemos decir que estos resultados apoyan las Hipótesis 3b y 3c, pero no apoyan la Hipótesis 3a. Cabe señalar que en el Modelo 2 la variable que capta el carácter innovador del emprendedor se vuelve significativa, apoyando la Hipótesis 2b.

En cuanto a las variables de control, la probabilidad de que una empresa tenga un carácter BG varía con la edad de los emprendedores. La edad es un factor importante que influye en la orientación y el ritmo de las exportaciones, ya que las personas más jóvenes asumen más riesgos y son más emprendedoras por naturaleza (Saeed y Ziaullhaq, 2019). Este factor indica la importancia de la experiencia profesional y de la vida laboral para llevar a la empresa a un entorno empresarial más complejo que implica la internacionalización.

Por último, el conjunto de variables de control que captan las características del país, el nivel de educación superior de la población, la apertura al comercio internacional y la reducción de los trámites de exportación favorecen la aparición de BG, mientras que el nivel de ingresos del país no tiene efecto, una vez que se han considerado todas las demás variables.

3.6. Discusión

En este capítulo se analiza la pertinencia de los rasgos personales y las características del país para determinar la existencia de empresas BG. Dado que la importancia de algunas características en algunos países puede ser mayor en las economías emergentes que en las avanzadas (tanto por la naturaleza de esos elementos como por la variabilidad que presentan en estos países), estudiamos cinco países de América Latina. Nuestro estudio avanza en la investigación de las empresas BG, analizando tanto los factores del país como los factores del individuo. Además, los resultados obtenidos en este capítulo de la tesis apoyan los obtenidos en otros estudios realizados (por ejemplo, Cancino y Coronado,

2014), destacando la especial importancia de las intenciones y aspiraciones del emprendedor en combinación con los factores relacionados con el entorno (Paul *et al.*, 2017b). En particular, destacamos la importancia de los rasgos del emprendedor, aunque también prestamos mucha atención al entorno en el que se encuentra la empresa.

Cabe señalar que América Latina es una región infrarrepresentada en los estudios existentes sobre empresas de emprendimiento y BG (Mostafiz *et al.*, in press; Paul y Rosado-Serrano, 2019). Dada la combinación de determinadas características heterogéneas (por ejemplo, nivel de desarrollo, apertura al comercio, actitudes políticas) con otras características más homogéneas (por ejemplo, rasgos demográficos, marco jurídico, etc.), la investigación sobre la realidad de esta región puede aportar valiosas ideas a la literatura de las empresas BG. En concreto, estudiamos cinco economías emergentes en América Latina, incluidas tres que calificamos como medianas (Argentina, Colombia y Perú) y otras dos economías pequeñas pero competitivas (Chile y Uruguay), que comparten ciertos aspectos comunes, pero que presentan diferencias importantes entre ellas. Según GEM 2015, los ejemplos más destacados de las economías latinoamericanas son Chile y Colombia, con un gran porcentaje de emprendedores que indican cierto grado de orientación internacional (Felzensztein, 2016). El trabajo realizado en este marco nos ha permitido analizar, profundizar, dilucidar aún más y explorar en detalle los factores individuales y los factores del país relacionados con el proceso de internacionalización de estas economías emergentes.

Los resultados del estudio revelan que los factores culturales, económicos y del entorno afectan el carácter BG de las nuevas empresas, y estos hallazgos facilitan la predicción de cómo estos factores podrían influir en la rápida internacionalización de las empresas latinoamericanas. Varias de las dimensiones culturales utilizadas en este estudio que caracterizan al emprendedor se encontraron como significativas. En general, este

resultado sugiere que las intenciones, la innovación y las aspiraciones de los emprendedores desempeñan un papel relevante y complementan los factores económicos existentes en cada país. Los resultados referentes a las intenciones y aspiraciones son similares a los obtenidos por Evald *et al.* (2011); los relativos a la innovación son similares a estudios anteriores realizados en Australia y Estados Unidos (Weerawardena *et al.*, 2015), Brasil (Dib *et al.*, 2010), Chile (Cancino y La Paz, 2010), China (Hull *et al.*, 2020), China e India (Khavul *et al.*, 2010) o Colombia (Escandón-Barbosa, *et al.*, 2019; Tabares *et al.*, 2015), Además, los resultados muestran la pertinencia de otros factores que son especialmente importantes en las economías emergentes: El contar con mayores facilidades de crédito, el control de la corrupción y la reducción de las barreras documentales a la exportación permite a los emprendedores desarrollar sus actividades internacionales con mayor rapidez. Investigaciones anteriores han llegado a la conclusión de que en algunos países los principales obstáculos a la internacionalización son los trámites y las regulaciones gubernamentales (por ejemplo, Singh *et al.*, 2010, en pequeños países del Pacífico como Fiji y Samoa).

El análisis de la región latinoamericana, donde estos elementos difieren notablemente, nos ha permitido destacar su relevancia. Además, se podría decir que este resultado proporciona la traducción de la ideología política de un gobierno a dimensiones que el entorno empresarial puede apreciar en términos de la existencia de empresas BG en cada país, más allá de la ideología o de la posición política de cada gobierno nacional.

En concreto, los resultados obtenidos en el Modelo 2 permiten concluir que las intenciones del emprendedor están influenciadas por la corrupción y el acceso a los recursos financieros. Este resultado sustituye a los obtenidos en estudios anteriores, ya que pone de relieve que la corrupción y el acceso a los recursos financieros modera la importancia de las intenciones del emprendedor. Gomes *et al.* (2018) demostraron que,

en entornos de alta corrupción, las empresas no muestran una mayor probabilidad de vender a mercados internacionales. Lee y Weng (2013) concluyeron también que las empresas establecidas en países donde hay un menor control de la corrupción tienen un mayor interés en operar en su país de origen y un menor interés en países extranjeros. Sin embargo, en el caso de las empresas de nueva creación, preferirán abordar los mercados internacionales desde el principio, aunque las intenciones empresariales serán más bajas. Nuestros resultados confirman los obtenidos por Nguyen (2020) en Europa Oriental y Asia Central, aunque Dreher y Gassebner (2013) encuentran resultados negativos entre el control de la corrupción y las exportaciones en economías altamente reguladas, mientras Qi *et al.* (2020) observan que un nivel moderado de corrupción puede reducir la tendencia de las empresas a exportar, lo que sugiere que, por ejemplo, la existencia de obstáculos normativos o de inestabilidad política puede afectar a esta relación y alterar el impacto del control de la corrupción (Bahri *et al.*, 2021). No se puede descartar que en los casos en que la corrupción impone una carga excesiva en negocios que se desarrollan en el mercado nacional, las empresas se internacionalizan para escapar de esta situación. Nuestros resultados indican que este elemento amplifica el efecto de otra variable clave, como en el caso de la ambición del emprendedor. Por último, hay que señalar que el tener un mayor acceso al crédito impulsa la cultura de la intención empresarial en las empresas BG.

Capítulo 4. El papel de las características del emprendedor para ser una empresa born- global

Capítulo 4. El papel de las características del emprendedor para ser una empresa born-global

4.1. Introducción

El emprendimiento es una actividad económica que, además de proporcionar una carrera profesional a la persona que la promueve, tiene importantes consecuencias para el país en el que se produce (Content *et al.*, 2020), por lo que no es sorprendente que se haya convertido en un área de investigación de especial interés. Algunos emprendedores cuentan con proyectos y planes que no se limitan al país en el que se encuentran, sino que desde sus etapas iniciales tienen como objetivo desarrollar una actividad internacional. Mientras que la internacionalización de las empresas se explica en muchos casos como resultado de su madurez, el despliegue de las capacidades del emprendedor y de otros factores asociados en este tipo de proyectos novedosos, como su personalidad, sus habilidades y otros rasgos juegan un papel clave. En consecuencia, no es de extrañar que en los ámbitos empresarial y de gestión se haya prestado especial atención a estas nuevas empresas que, desde sus primeras fases, se han dirigido a realizar actividades internacionales. Hay varias razones que explican el interés en estas empresas. En primer lugar, contribuyen a la internacionalización de la economía, con todos los efectos que implica una mayor integración del tejido productivo interno en la economía global. En segundo lugar, se ha considerado que este tipo de nuevas empresas contribuye al crecimiento y desarrollo de la economía nacional (Rialp *et al.*, 2015), al haberles atribuido un papel importante en la recuperación después de la crisis financiera de 2007 (OCDE, 2013).

Hay que tener en cuenta que estas empresas en fase temprana (EFT), que han estado orientadas internacionalmente desde (o cerca a) su creación, plantean un desafío al marco teórico que existe para los modelos de internacionalización de empresas, en los

que el aprendizaje y la experiencia (véase Johanson y Vahlne, 1977; Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975; Lee y Brasch, 1978; Vernon, 1966) son elementos esenciales en este proceso de internacionalización. Además, este tipo de EFTs tienden a ser jóvenes, pequeñas o medianas, con un alto espíritu empresarial y con recursos disponibles bastante limitados, especialmente los financieros. La aparición de este tipo de EFT ha dado lugar a que la investigación sobre la internacionalización de las empresas se divida en dos vertientes (Covin y Miller, 2014; Williams y Lee, 2009): aquellas que se centran en las empresas “born-global” (BG) y otras que se centran en las actividades internacionales de las empresas establecidas. Se han establecido multitud de términos para las EFT que se internacionalizan de manera rápidamente: “international new ventures” (McDougall *et al.*, 1994), “born-global” (Knight, 1997; Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997), o “global start-ups” (Oviatt y McDougall, 1994).

Como Romanello y Chiarvesio (2019) concluyen en su extensa revisión de la literatura, el posible retorno positivo de las empresas BG es diferente entre los países, de ahí la necesidad de realizar una mayor investigación con estudios a nivel de país. Aunque existe cierto acuerdo sobre los factores que podrían determinar y hacer posible la internacionalización temprana de este tipo de empresa, hay dos aspectos que no se han abordado suficientemente en la literatura existente (Dzikowski, 2018; Zander *et al.*, 2015) y a la que este capítulo hace su contribución. En primer lugar, se detecta la falta de incorporación de ideas teóricas de otros campos al conocimiento del emprendimiento internacional (Federico *et al.*, 2009). En segundo lugar, la investigación empírica sobre BG se ha centrado en empresas ubicadas principalmente en los Estados Unidos, en países con un contexto anglosajón, así como en China y en los países nórdicos (Chen *et al.*, 2016; Sousa *et al.*, 2008). Por lo tanto, este capítulo pretende responder a una pregunta principal de investigación: ¿Qué rasgos personales del emprendedor ayudan a dar a una

nueva empresa un carácter BG? Sin embargo, el fenómeno es mucho más amplio, y los factores idiosincrásicos de otros países pueden proporcionar conclusiones para apoyar la literatura. España ha recibido poca atención en la literatura que analiza los determinantes relacionados con las empresas BG (Pawęta, 2015). El nivel de progreso y la rápida expansión de la participación internacional de las empresas españolas de forma similar a la de otros países vecinos ofrece una excelente oportunidad para investigar las empresas BG en España.

Contribuimos en este capítulo a la discusión sobre por qué algunas empresas se internacionalizan desde el inicio de sus actividades, mientras que otras empresas no logran este estatus. Incorporamos ideas teóricas de otros campos para aumentar el conocimiento del emprendimiento internacional y ampliar la investigación sobre empresas BG en un país que ha recibido poca atención en la literatura.

El capítulo está estructurado de la siguiente manera. En la siguiente sección, presentamos el marco teórico para analizar los determinantes del carácter BG de las nuevas empresas en relación con la literatura existente y discute cada una de las hipótesis con respecto a la evidencia existente para diferentes países. En la sección 4.3 se presenta la metodología del análisis empírico, en la 4.4 los resultados y en la 4.5 se presenta la discusión.

4.2 Marco teórico

Este capítulo se basa en la naturaleza interdisciplinaria e intrínseca de la literatura sobre las BG, utilizando conceptos y perspectivas que se derivan de estudios que investigan diferentes características del emprendedor. Algunos de ellos proceden del campo de la economía del comportamiento y otros de la investigación sobre la teoría de las perspectivas, además de otros que llevan a cabo un análisis microeconómico de la internacionalización de las empresas y otros de la literatura empresarial internacional.

Estos campos de investigación se influyen unos a otros y ayudan a explicar el fenómeno BG (Dzikowski, 2018; García-Lillo *et al.*, 2017). El término “carácter de una empresa BG” abordado en este capítulo y utilizado anteriormente en la literatura (Carvalho *et al.*, 2014; Rialp y Rialp, 2007), es apropiado para nuevas empresas como las EFTs (y no para empresas con una trayectoria larga), lo cual justifica que esta característica forme parte del “carácter” o “características de la personalidad de la empresa”, no siendo algo que la empresa desarrolle a lo largo de su vida.

El modelo teórico utilizado para explicar el carácter BG que planteamos destaca los siguientes recursos:

- a) Factores específicos del emprendedor cultivados por sus habilidades profesionales, así como por el espíritu empresarial del individuo. Bajo el término general de “capacidades profesionales”, se incluyen factores que pueden atribuirse directamente a las actividades de gestión, como el capital organizacional, relacional y humano que provienen de las características del emprendedor. Mientras que el término “espíritu empresarial” se utiliza para captar factores que, sin la identificación directa con las tareas de gestión, pueden considerarse parte de la personalidad del emprendedor y afectar al proyecto que él o ella dirige.
- b) Carácter innovador conformado por factores de compromiso, innovación de explotación o innovación de exploración. En general, los factores de innovación desempeñan un papel importante en la moderación de la forma en que los recursos intangibles afectan a la capacidad de desarrollar tanto el comportamiento estratégico de las empresas BG (crecimiento acelerado, extensión no gradual de la internacionalización y mayor alcance en la estrategia internacional de la empresa) como la ventaja competitiva sostenible en el extranjero.

Los enfoques teóricos de las empresas BG han evolucionado de un enfoque de perspectiva única a modelos de perspectiva múltiple que abarcan varios marcos teóricos (perspectivas teóricas sobre el emprendimiento, la perspectiva de capacidades dinámicas o el enfoque de red). Estos enfoques teóricos postulan que las empresas BG ocurren como resultado de la capacidad de capital humano y relacional de los emprendedores, combinado con variables específicas de la empresa y con factores del entorno. En el modelo conceptual propuesto (Figura 5), la internacionalización temprana de la EFT puede verse motivada por la capacidad de identificar y explotar las oportunidades (Grégoire y Shepherd, 2012), las características de los fundadores de la EFT y sus recursos (Knight y Cavusgil, 2004), las redes (Freeman *et al.*, 2010), la aplicación de la teoría de la realización en el proceso de toma de decisiones de las empresas BG (Harms y Schiele, 2012), el papel de las capacidades dinámicas, así como por diversos factores del entorno (Efrat y Shoham, 2013) que llevan a las empresas a hacerse internacionales desde su inicio (Jones *et al.*, 2011).

4.3. Hipótesis

4.3.1. Factores específicos del emprendedor

Los factores específicos de los emprendedores incluyen tanto las habilidades profesionales como el espíritu empresarial. Las competencias profesionales se refieren a la experiencia, las redes y las habilidades y tienen un efecto directo y mediado en la internacionalización rápida de una EFT y en la capacidad de apoyar el espíritu empresarial. Por lo tanto, son fundamentales para que estas organizaciones sean viables para una internacionalización temprana.

4.3.1.1. Competencias profesionales

Si la EFT dispone de recursos socialmente complejos que no son fáciles de imitar, la ventaja de que goza la EFT se va a mantener a lo largo del tiempo (Alvarez y Busenitz, 2001). El conocimiento, la confianza en sí mismo, la experiencia, las habilidades, las capacidades y las redes de contacto del emprendedor son factores determinantes que influirán en la internacionalización temprana de la EFT.

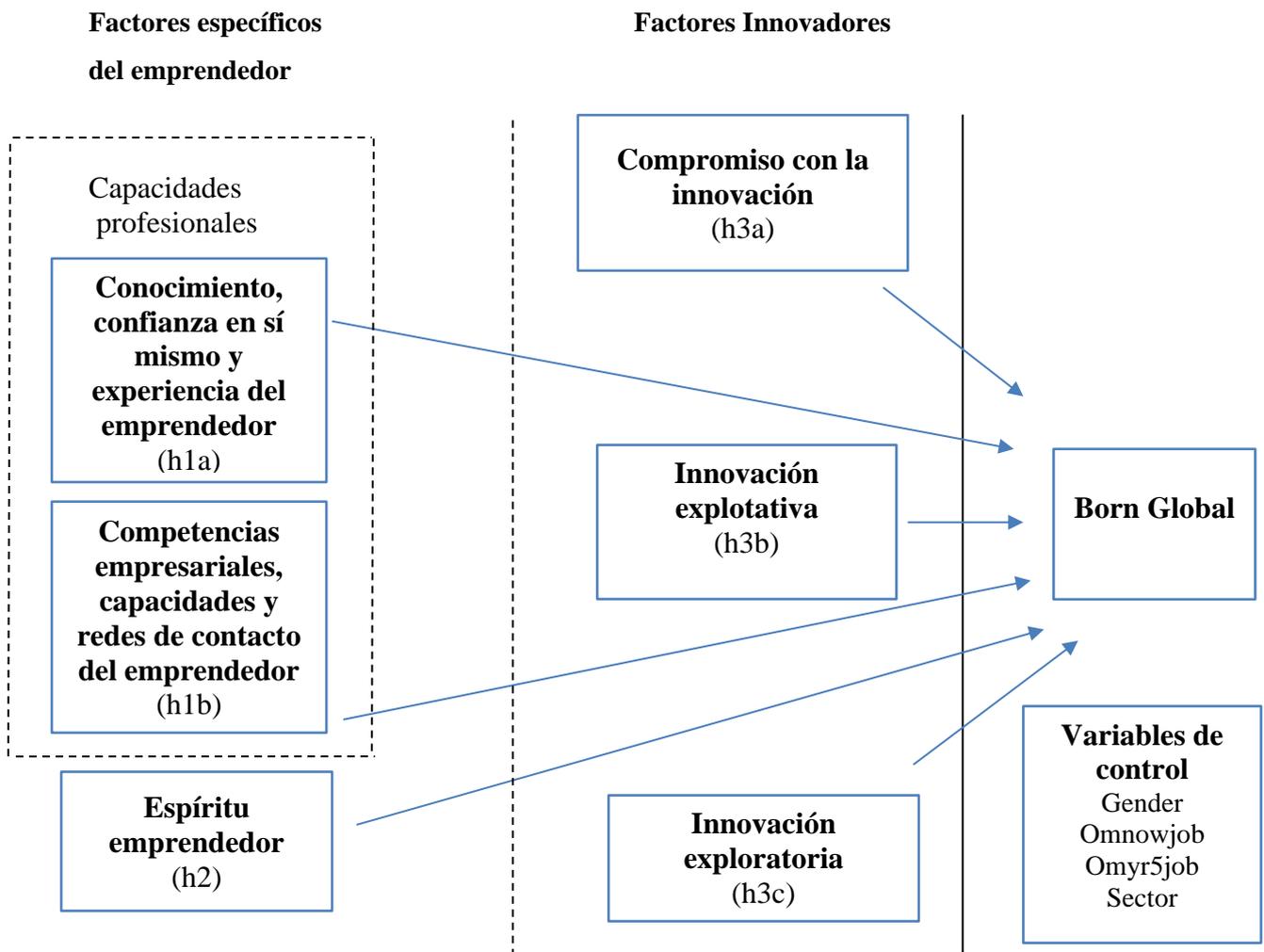


FIGURA 5. Modelo de integración con los factores específicos del emprendedor y los factores innovadores asociados en España

4.3.1.2. Conocimiento, confianza en sí mismo y experiencia del emprendedor

Modelos microeconómicos, como el de Helpman *et al.* (2004) y todos los que se derivan de él, indican que las empresas más eficientes y productivas son las que se convierten en empresas multinacionales, aunque estas van a diferir en sus niveles de productividad

dependiendo del número de países en los que inviertan u operen (Fariñas *et al.*, 2018, 2021). Según esta opinión, todos los factores que, incluso en el mercado nacional, incrementan el rendimiento de una empresa explican el por qué estas se internacionalizan. Los conocimientos y la experiencia acumulados por el emprendedor, aunque se refirieran únicamente al mercado nacional, pueden convertirse en la base para convertirse con éxito en una empresa internacionalizada.

Los emprendedores adquieren un conjunto de habilidades básicas debido a elementos cognitivos, afectivos y conductuales que se desarrollan con el tiempo con la experiencia adquirida (Chell, 2013). Englis y Wakkee (2015) señalan que los fundadores de las empresas BG confían en sus habilidades para lograr resultados óptimos. Una vez iniciado el proceso de internacionalización de la EFT, se dispone de fuentes de conocimiento distintas de la experiencia anterior del fundador y son necesarias para adquirir nuevas competencias mediante conocimientos experienciales que funcionan permanentemente en el ámbito internacional (Ciszewska-Mlinarič *et al.*, 2020; Zheng, *et al.*, 2012). Las empresas en una fase inicial carecen de los recursos y la experiencia necesarios para una internacionalización temprana (Efrat y Asseraf, 2019; Santhosh, 2019) y presentan capacidades internas escasas que impiden su internacionalización (Fletcher *et al.*, 2013). Ahora bien, los emprendedores más experimentados y seguros de sí mismos tienen conocimientos y experiencia suficiente para llevar a cabo las funciones y tareas necesarias que garanticen su éxito con mayor eficacia (Bruneel *et al.*, 2018; De Jorge-Moreno, 2008; Deligianni *et al.*, in press). De Jorge-Moreno *et al.* (2007, pág. 27) señalaron que la confianza en sí mismo es “la convicción de una persona sobre sus habilidades, conocimientos y experiencia para ejecutar con éxito una tarea determinada en un contexto identificado”. Los emprendedores aumentan gradualmente la confianza en sí mismos a través de sus conocimientos, habilidades y experiencia. Aunque los

conocimientos y la experiencia especializada relacionada con las actividades internacionales difieren de los relativos al mercado nacional, los emprendedores con mayores conocimientos y aptitudes pueden incorporar más fácilmente la información y la retroalimentación que proporciona a la empresa los primeros pasos en los mercados internacionales. Las empresas dirigidas por aquellos que han tenido más experiencias personales empresariales pueden identificar y explotar oportunidades de negocio de una manera más rápida que los que no lo han hecho (Oviatt y McDougall, 2005), gracias a los conocimientos y competencias de experiencias empresariales anteriores. Los conocimientos adquiridos en el extranjero por los emprendedores pueden ayudar a la EFT a “salir” de los procesos incrementales sugeridos por la perspectiva de la internacionalización basada en etapas (Oviatt y McDougall, 2005). En el ámbito de la internacionalización empresarial, Johanson y Vahlne (1977) señalan que el aprendizaje es clave para la internacionalización, ya que las empresas van acumulando gradualmente conocimientos de mercado a través de la experiencia personal. Los emprendedores con experiencia empresarial previa son más capaces de gestionar sus operaciones internacionales. Estas experiencias anteriores les permiten desarrollar niveles óptimos de autoconfianza (Odorici y Presutti, 2013). Por lo tanto, la experiencia empresarial internacional anterior del emprendedor se convierte en un factor importante para explicar el ritmo de internacionalización de las nuevas empresas (Evald *et al.*, 2011; Gruenhagen *et al.*, 2018; Nordman y Melén, 2008; Tiwari y Korneliussen, 2018), así como el crecimiento de las BGs (Ughetto, 2016). Gracias a esta experiencia, pueden llevar a cabo estrategias óptimas de internacionalización desde la creación de la empresa, necesitando menos tiempo para comenzar a vender en mercados internacionales (D’Angelo y Presutti, 2019; Holtbrügge y Wessely, 2009; Jones y Casulli, 2014). Para estas empresas, la internacionalización tiene menos incertidumbre y es mucho más probable que se lleve a

cabo que en el caso de las empresas que no cuenten con personal con estas habilidades.

Sobre la base de este marco, proponemos la siguiente:

Hipótesis 1a: *Existe una relación positiva entre el conocimiento, la confianza en sí mismo y la experiencia del emprendedor y el carácter BG de las nuevas empresas.*

4.3.1.3. Habilidades empresariales, capacidades y redes de contacto del emprendedor

La investigación sobre BGs enfatiza el papel del conocimiento individual (Oviatt y McDougall, 1994). La experiencia organizativa, las rutinas o las capacidades no son un requisito para operar desde el principio en los mercados internacionales, ya que la experiencia empresarial anterior de los fundadores y de otros ejecutivos clave de la EFT puede compensar esta escasez.

La evidencia empírica muestra que la experiencia gerencial previa es uno de los predictores más importantes del éxito de una empresa (Child *et al.*, 2017) y tiene una gran relevancia en la creación de nuevas empresas (Crick y Crick, 2014; Dimitratos *et al.*, 2016; Spence *et al.*, 2011).

Además, Zahra *et al.* (2009, p.81) concluyen que la internacionalización puede “promover el aprendizaje y la acumulación de conocimientos, aptitudes y capacidades que las PYMEs necesitan para sobrevivir y prosperar”. Aquellas personas con habilidades empresariales, como la capacidad de identificar oportunidades internacionales y establecer relaciones, pueden utilizarlas como herramientas para facilitar la rápida internacionalización de la empresa (Kraus *et al.*, 2017).

Además de contar con estos conocimientos y capacidades empresariales, las empresas BG necesitan hacer una inversión inicial que implique un coste significativo en su proceso de apertura internacional, teniendo que hacer frente a ciertos costes irre recuperables desde el principio. Las empresas BG han incurrido en estos costes

irrecuperables en los momentos de su creación en los que la generación de flujo de caja es normalmente limitada, ya que tienen grandes expectativas de crecimiento y rentabilidad para vender en el extranjero. Estos costes asociados, como el coste de la adquisición de información sobre nuevos mercados (Padmaja y Sasidharan, 2017), pueden reducirse mediante la creación o participación en redes empresariales que permita reducir los costes e incrementar los ingresos. Manolova *et al.* (2010) subrayan que las relaciones establecidas con otras empresas al inicio de sus operaciones son las más productivas en su internacionalización. La capacidad de aprovechar los diferentes tipos de redes existentes, tanto empresariales como institucionales, reduce las barreras a la exportación (Milanzi, 2012). En las primeras etapas de la vida de una empresa, dichas redes serán principalmente las redes del emprendedor, ya que otras redes más formales son difíciles de desarrollar dado el carácter incipiente de la empresa.

Las redes empresariales se convierten en un trampolín para que las empresas BG mejoren los conocimientos del mercado y aumenten su número de clientes (Freeman *et al.*, 2013). El acceso de los emprendedores a más información, más recursos y más redes anima a la empresa a introducirse en los mercados internacionales (Monferrer *et al.*, 2015). Basado en todo ello, proponemos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1b: *Existe una relación positiva entre las habilidades empresariales, capacidades y redes de contacto del emprendedor y el carácter BG de las nuevas empresas.*

4.3.1.4. *Espíritu empresarial*

El espíritu empresarial se refiere a la capacidad del emprendedor de asumir y gestionar los riesgos inherentes y buscar constantemente nuevas oportunidades de negocio. Ciertas características del empresario generan este espíritu emprendedor, lo que impacta en la

decisión de la empresa de exportar sus productos o servicios desde sus primeras etapas.

La tolerancia al riesgo es un factor determinante muy importante en las decisiones empresariales (Hvide y Panos, 2014; Dai *et al.*, 2014) y desempeña un papel fundamental en la propensión a la exportación (Cavusgil y Knight, 2015). El temor al fracaso tiene un efecto significativo en las decisiones empresariales (Morgan y Sisak, 2016), especialmente para aquellas personas que consideran inaceptable el fracaso y que tiene consecuencias negativas para su autoestima y su seguridad relacional (Wood *et al.*, 2014). La relación entre el miedo al fracaso y la tolerancia al riesgo se ha abordado ampliamente en la literatura (Arafat *et al.*, 2020; Evald *et al.*, 2011; Giotopoulos *et al.*, 2017b; Guerrero y Peña-Legazkue, 2019; Langowitz y Minniti, 2007; Wagner, 2007) y forma parte de los rasgos de la personalidad del emprendedor. Muchos estudios relacionados con el fracaso empresarial derivados de la literatura empresarial han confirmado la pertinencia de este factor (Boso *et al.*, 2019; Corner *et al.*, 2017; Hsu *et al.*, 2017; Kollmann *et al.*, 2017; Lee *et al.*, 2021; Morgan y Sisak, 2016; Wolfe y Shepherd, 2015). La orientación empresarial internacional hace un gran énfasis en características como la asunción de riesgos, la innovación y el comportamiento proactivo (McDougall y Oviatt, 2000). Freeman *et al.* (2006) señalan que las pequeñas empresas BG muestran una clara adversidad a la hora de asumir riesgos, mientras que Oviatt *et al.* (2004) ponen de relieve la importancia de la gestión del riesgo en la internacionalización de las nuevas empresas.

La percepción de oportunidades se refiere al reconocimiento de las posibilidades de negocio (Wasdani y Mathew 2014). El reconocer las oportunidades disponibles es fundamental en los procesos empresariales, y las medidas de “oportunidad percibida” se vuelven importantes para explicar las exportaciones de las empresas. Investigaciones recientes han demostrado que una parte esencial de la actividad de creación de empresas para un emprendedor es la detección de oportunidades, especialmente en el ámbito

internacional (Bhowmick, 2019; Kraus *et al.*, 2017). En consecuencia, siguiendo la tradición empresarial que se centra en la capacidad del individuo para reconocer y explotar las oportunidades (Shane y Venkataraman, 2000), se utilizan aspectos de diferentes campos para identificar variables del individuo que actúan como fuerzas que fomentan la internacionalización temprana.

Se han realizado muchas investigaciones sobre la definición y la naturaleza de las oportunidades (Davidsson, 2015; Hansen *et al.*, 2016; Kuckertz *et al.*, 2017; Suddaby *et al.*, 2015; Vogel, 2017). Oportunidad y necesidad son las dos principales motivaciones que conducen a las personas a involucrarse en la actividad emprendedora en sus primeras etapas (Reynolds *et al.*, 2005). Este razonamiento puede extenderse a la intención del emprendedor de internacionalizar la EFT: La motivación basada en las oportunidades y la basada en la necesidad no afecta de la misma manera a la internacionalización temprana de las EFTs. Muchas empresas de reciente creación avanzan hacia mercados internacionales debido a sus capacidades y perspectivas comerciales únicas de las que disponen (McDougall *et al.*, 1994). De hecho, algunos emprendedores cuentan con un conocimiento que les permite ver y explotar oportunidades no vistas por otros, eligiendo una estrategia de internacionalización temprana como un camino hacia el crecimiento y hacia el éxito, y cuanto más pronto comienzan las empresas sus actividades internacionales, con más intensidad se internacionalizan (Ruzzier y Ruzzier; 2015; Zhou y Wu 2014). El emprendimiento como resultado de la explotación de las oportunidades desempeña un papel clave en el impulso de la internacionalización de las empresas (Weerawardena *et al.*, 2019). Por otra parte, las empresas en las que el emprendimiento está motivado fundamentalmente por la necesidad tienen un menor incentivo para internacionalizarse, ya que la actividad internacional es más compleja y tiene un coste inicial más elevado. En estos casos, operar solo en el mercado nacional puede bastar para

satisfacer la motivación de los emprendedores.

Las intenciones del empresario son un elemento clave para entender el proceso de emprendimiento, ya que constituyen la base de la creación de nuevas organizaciones. Las intenciones son el mejor predictor del comportamiento planificado; la capacidad predictiva de las intenciones empresariales en la actividad empresarial se refleja en los modelos de intenciones empresariales presentados en la literatura (Krueger y Carsrud, 1993). Una oportunidad para comprender mejor el emprendimiento es examinar las creencias profundas, ya que detrás de las intenciones del emprendedor están las actitudes empresariales (Aragón-Sánchez *et al.*, 2017; Krueger, 2007). Centrándose en el papel de las intenciones como antecedentes directos de la conducta (Ajzen, 1991) y estableciendo lo que se ha llamado el enfoque conductual para explicar la actividad empresarial, se han identificado las intenciones conductuales como el mejor predictor de las acciones observadas (Zapkau *et al.*, 2015). Por lo tanto, las intenciones de los directivos de las empresas generan diferentes estrategias y decisiones para las empresas que buscan mercados internacionales. La internacionalización solo puede producirse si el emprendedor tiene una intención decidida de vender a nivel internacional; esta intención y los recursos necesarios forman las condiciones para lograr el éxito futuro de la empresa BG (Kundu y Katz, 2003).

Por lo tanto, proponemos que las empresas BG, desde su creación, aprovechan el espíritu emprendedor generado por el miedo al fracaso, la percepción de oportunidades, las alianzas de redes, así como las intenciones empresariales y formulamos la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2: Existe una relación positiva entre el espíritu empresarial (tolerancia al riesgo, percepción de oportunidades, motivación e intenciones) del emprendedor y el carácter BG de las nuevas empresas.

4.3.2. Factores innovadores

Se ha investigado de manera extensa el efecto de la innovación en la internacionalización de las empresas (Fariñas y Martín-Marcos, 2007) y se han presentado evidencias considerables de que existe una relación positiva y significativa entre esas dos estrategias (Rodil *et al.*, 2016), siendo las empresas exportadoras más innovadoras que las no exportadoras (Cassiman y Golovko, 2011). Además, se ha demostrado que la innovación y las exportaciones son estrategias complementarias para el crecimiento de las PYMEs (Castaño *et al.*, 2016; Dohse y Niebuhr, 2018).

La innovación puede adoptar diversas formas, podemos hablar de innovación de productos, donde la decisión de innovar un año provoca una mayor probabilidad de innovar al año siguiente, siendo por lo tanto el compromiso con la innovación de gran relevancia en cualquier empresa (Holl, 2021). También podemos hablar de innovación radical, lo que March (1991) denominó "exploración", así como de innovación incremental, lo que implica "explotación" de los conocimientos ya disponibles para adaptar o mejorar los productos o servicios existente. Según He y Wong (2004) cuando hablamos de innovación de explotación nos referimos a aquellas actividades de innovación tecnológica destinadas a mejorar las posiciones existentes en el mercado de productos, mientras que la innovación de exploración sería la que se refiere a aquellas actividades de innovación tecnológica destinadas a entrar en nuevos dominios del mercado de productos. Para Benner y Tushman (2003) las innovaciones tecnológicas incrementales y las diseñadas para satisfacer las necesidades de los clientes existentes son innovaciones de explotación y se basan en el conocimiento organizativo existente, mientras que las innovaciones radicales o las destinadas a clientes o mercados emergentes son innovaciones de exploración, ya que requieren nuevos conocimientos o desviaciones de las competencias existentes. En nuestro caso, la innovación en una empresa se clasifica: (1) innovación de productos, sería aquella en la que existe un compromiso con

la innovación; (2) innovación única, sería la que se considera como innovación de explotación; y (3) innovación de procesos, que es vista como innovación de exploración. El compromiso del emprendedor con la innovación se refiere al deseo del empresario de centrar sus esfuerzos en nuevos productos o servicios que impliquen un alto nivel de innovación en su empresa. Las innovaciones de explotación se conceptualizan como innovaciones incrementales y están diseñadas para satisfacer las necesidades de los clientes o del mercado existentes, mientras que las innovaciones de exploración requieren nuevos conocimientos o apartarse de los conocimientos existentes e introducir nuevos productos para el mercado futuro (Kim *et al.*, 2019). Hsieh *et al.* (2019) hacen hincapié en que la innovación de exploración es una opción estratégica empresarial que implica el mayor nivel de orientación innovadora, y que puede tener que complementarse con una innovación de explotación, lo que permite un mayor tiempo de comercialización. Para Becker y Egger (2013), las empresas con productos innovadores tienen más probabilidades de exportar que las que no innovan. Dib *et al.* (2010) indican que las empresas con mayor intensidad de I+D tienden a ser BG, en comparación con las que han seguido una trayectoria tradicional de internacionalización. Estos resultados son consistentes con proposiciones teóricas y hallazgos empíricos en la literatura (Baronchelli y Cassia, 2014; Cavusgil y Knight, 2015; Hull *et al.*, 2020; Knight y Cavusgil, 2004, Weerawardena *et al.*, 2019).

El uso de las capacidades dinámicas (De la Fuente *et al.*, 1999; Teece *et al.*, 1997) permite actualizar y mejorar los activos de las empresas con la adquisición de conocimientos y la implementación de innovaciones (Coviello, 2006; Weerawardena *et al.*, 2019). El ciclo de vida relativamente más corto de los productos en industrias altamente competitivas empuja a las empresas que operan en estas industrias a maximizar sus ingresos vendiendo su producción en múltiples mercados internacionales

(Sleuwaegen y Onkelinx, 2014). En resumen, las empresas BG, a pesar de contar con escasos recursos humanos y financieros, aprovechan su capacidad de innovación para llegar con éxito a los mercados internacionales desde sus inicios. Teniendo en cuenta todo esto, así como las tres características de la innovación antes mencionadas (la relevancia del compromiso con la innovación, así como su carácter de explotación y de exploración), proponemos las siguientes hipótesis:

Hipótesis 3a: *Existe una relación positiva entre el nivel de compromiso del emprendedor con la innovación y el carácter BG de las nuevas empresas.*

Hipótesis3b: *Existe una relación positiva entre el nivel de innovación explotativa del emprendedor y el carácter BG de las nuevas empresas.*

Hipótesis3c: *Existe una relación positiva entre el nivel de innovación exploratoria del emprendedor y el carácter BG de las nuevas empresas.*

4.4. Análisis empírico

4.4.1. Datos

El análisis empírico realizado utiliza la muestra de GEM para emprendedores españoles a lo largo del período 2007-2014, seleccionando de la muestra aquellas empresas que han pagado sueldos o salarios por más de tres meses y menos de 42 meses, lo que GEM califica de “jóvenes emprendedores” aunque no está relacionado con la edad del emprendedor. Utilizando esta definición y refinando las observaciones, la muestra final consta de 2.311 encuestados.

4.4.2. Metodología

En el modelo propuesto, la variable dependiente es una variable discreta de si el emprendedor es un emprendedor de una BG en lugar de una EFT no internacionalizada.

Por lo tanto, siguiendo el concepto de BG que se está utilizando en esta tesis, se utiliza una variable ficticia dependiente, cuyo valor es 0 si no es BG y 1 si lo es, que se construye para representar cada alternativa.

Dada la naturaleza binaria de la variable dependiente, se propone un modelo de regresión logística para contrastar las hipótesis del modelo. Este modelo permite identificar qué variables son estadísticamente significativas en la categorización de empresas como BG y no BG.

Las competencias profesionales del emprendedor, cuya asociación con el carácter BG de la EFT se proponen en las Hipótesis 1a (conocimiento, autoconfianza y experiencia) y en la Hipótesis 1b (competencias empresariales, capacidades y redes de contacto), son captadas por las variables que miden si el emprendedor considera que tiene el conocimiento y la experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio (para la Hipótesis 1a) y la experiencia previa como emprendedor y el conocer con anterioridad a algún otro empresario (para la Hipótesis 1b).

Los conocimientos, habilidades y experiencia previa (Hipótesis 1a) adquiridos por el emprendedor le permiten adquirir habilidades que no se obtienen fácilmente en otros lugares, lo que conduce a una mayor capacidad de gestión del negocio a nivel internacional desde su creación. Sin embargo, el hecho de tener más experiencia, conocimientos o habilidades no reduce el deseo y la capacidad de ser un emprendedor.

Las redes individuales (Hipótesis 1b) representan vínculos fundamentales que refuerzan la posición de la empresa e influyen en el desarrollo estratégico de las empresas BG. Las empresas creadas por emprendedores que, a través de sus redes interpersonales o institucionales, conocen a otros emprendedores o tienen un mayor conocimiento de los recursos y contactos ofrecidos por la red institucional, tienen más probabilidad de convertirse en BG. La red de la EFT, especialmente en el caso de las empresas BG, se

solapa generalmente con las redes personales o institucionales que rodean al emprendedor, y a menudo estas redes empresariales o institucionales se desarrollan gracias a los contactos personales del emprendedor. Además, la experiencia previa como emprendedor puede representar la existencia de una red de este tipo, aunque en el caso de proyectos fallidos, también puede indicar la falta de algunos recursos para gestionar el proyecto. Sin embargo, incluso en proyectos fallidos, los promotores aumentan sus redes profesionales, y no es de extrañar que la experiencia empresarial anterior sea uno de los predictores más importantes del éxito empresarial (Boso *et al.*, 2019) y sea muy relevante en la creación de nuevas empresas (Crick y Crick, 2014; Dimitratos *et al.*, 2016; Spence *et al.*, 2011)

El espíritu emprendedor, una característica compleja y multidimensional, se captura a través de cuatro variables: (1) si el miedo al fracaso impide iniciar un nuevo negocio, (2) si el emprendedor ve oportunidades de negocio en la zona, (3) la motivación del nuevo negocio (oportunidad vs. necesidad) y (4) los planes futuros de lanzar un nuevo negocio. Estas medidas de capacidad profesional y espíritu empresarial del emprendedor se han utilizado con éxito en la literatura anterior (Dileo y García-Pereiro, 2019; Pawitan *et al.*, 2017; Vodă *et al.*, 2020). Finalmente, el carácter innovador de la EFT se captura a través de tres variables, que miden si el producto es percibido como nuevo (compromiso), si otras empresas sirven a un producto similar (innovación explotativa) y la novedad de las tecnologías utilizadas (innovación exploratoria). Esta medida de innovación se ha utilizado en estudios anteriores (Jensen y Schøtt, 2015; Poblete, 2018). Además, otras características de la empresa y de los emprendedores se utilizan como variables de control. Diferentes estudios han determinado que el género puede desempeñar un papel importante en la internacionalización de nuevas empresas debido al acceso a la financiación o a las ventajas o desventajas específicas de estar en determinados

sectores/países (véase Lee *et al.*, 2016), así como a las especificidades de las mujeres y los hombres emprendedores (Poggesi *et al.*, 2016). Del mismo modo, el tamaño de la empresa es una variable clave para determinar su impacto en las exportaciones de la empresa (con una gran cantidad de literatura que surge a raíz de Wagner, 1995), y la creación de empleo refleja las previsiones que la empresa puede tener para su futuro. Además, la edad influye a la hora de ser emprendedor, aunque el efecto puede ser no lineal, ya que a medida que la gente envejece el atractivo de lanzar una nueva empresa disminuye o, al menos, no aumenta al mismo ritmo. La edad del emprendedor está relacionada con su experiencia y su conocimiento acumulado, aunque también puede estar relacionada con su voluntad de iniciar un nuevo negocio, lo cual puede estar vinculado a su ciclo vital. Lévesque y Minniti (2006) concluyen que el efecto de la edad sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor tiene una forma de U invertida. Es decir, la probabilidad de que un individuo se convierta en emprendedor aumenta con la edad hasta cierto punto antes de disminuir a partir de entonces, porque muchos recursos empresariales, como habilidades y experiencia, se acumulan con la edad (Henley, 2007). Cabe señalar que, más allá de la investigación específica sobre estos temas, diversos análisis basados en GEM han evaluado la validez y fiabilidad de estas variables de control (Bosma *et al.*, 2018, Lecuna *et al.*, 2017; Nissan *et al.*, 2012). Esto ha permitido identificar patrones de causalidad latente del carácter BG de las EFTs, destacando los hechos y desarrollando un modelo que permita detectar los factores que influyen en la internacionalización de las EFTs. La Tabla 8 presenta la definición exacta de cada una de las variables, así como la correspondencia con las hipótesis.

4.4.3. Resultados

En la Tabla 9 se presentan los estadísticos descriptivos y la matriz de correlación de las

TABLA 8. Indicadores seleccionados para el modelo de integración con los factores específicos del emprendedor y los factores innovadores asociados en España

Variables	Definición	Medida	Hipótesis
Omexport	¿Qué proporción de sus clientes normalmente viven fuera del país?	0= Entre 0%; 25%; 1= >25%	Variable Dependiente
Knowled	¿Tiene el conocimiento, la habilidad y la experiencia requeridas para iniciar un nuevo negocio?	0=No; 1= Sí	h1a
Discent	En los últimos 12 meses, ¿ha vendido, cerrado, interrumpido o abandonado un negocio que poseía y gestionaba, cualquier forma de trabajo por cuenta propia, o vender bienes o servicios a alguien?	0=No; 1= Sí	h1b
Knowent	¿Conoces a alguien personalmente que inició un negocio en los últimos 2 años?	0=No; 1= Sí	h1b
Fearfail	¿El miedo al fracaso le impediría iniciar un negocio?	0=No; 1= Sí	h2
Opport	En los próximos seis meses, ¿habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en la zona donde vive?	0=No hay oportunidades; 1= Buenas oportunidades para iniciar un negocio	h2
Omreason	¿Estaba involucrado en esta start-up para aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tenía mejores opciones de trabajo?	0=No hay mejores opciones de trabajo; 1=Aprovechar una oportunidad de negocio	h2
Futsup	¿Espera usted, solo o con otros, iniciar un nuevo negocio, incluyendo cualquier tipo de trabajo por cuenta propia, dentro de los próximos tres años?	0=No; 1= Sí	h2
Omnewcst	¿Todos, algunos, o ninguno de sus clientes potenciales consideran este producto o servicio nuevo y desconocido?	0 = No es nuevo o desconocido para ningún cliente; 1= Nuevo para todos o algunos de los clientes	h3a
Omcompet	En este momento, ¿hay muchos, pocos, o ningún otro negocio que ofrezca los mismos productos o servicios a sus clientes potenciales?	0= Muchos competidores comerciales; 1= Ninguno o pocos competidores	h3b
Omnewtec	¿Cuánto tiempo han estado disponibles las tecnologías o procedimientos requeridos para este producto o servicio?	0=Más de un año; 1= Menos de un año	h3c
Gender	Género	0= Mujer; 1= Hombre	Control
Omnowjob	Sin contar a los dueños, ¿cuántas personas trabajan actualmente para este negocio?	Número de empleados	Control
Omyr5job	Sin contar a los dueños, ¿cuánta gente trabajarán para este negocio dentro de cinco años?	Número de empleados	Control
Sector	Sectores (extractivo, transformador, servicio empresarial y orientado al consumidor)	Extractivo=1, transformador=2, servicio empresarial=3 orientado al consumidor=4	Control
Age	Edad	Edad	Control
Age ²	Edad al cuadrado	Edad al cuadrado	Control

TABLA 9. Estadísticos descriptivos y matriz de correlaciones del modelo de integración con los factores específicos del emprendedor y los factores innovadores asociados en España

		Media	Std. D	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	Knowled	0,90	0,29	1	0,043*	0,132**	-0,120**	0,052*	0,024	0,076**	0,029	0,021	-0,008	0,054**	0,008	0,007	0,061**	-0,029	-0,035	
2	Discent	0,05	0,21		1	0,063**	0,042*	0,055**	0,009	0,116**	0,048*	-0,014	0,029	0,036	-0,003	0,035	-0,005	-0,017	-0,011	
3	Knowent	0,63	0,48			1	-0,102**	0,160**	0,026	0,139**	0,041*	0,047*	0,012	0,071**	0,006	0,015	0,070**	-0,100**	-0,097**	
4	Fearfail	0,35	0,48				1	-0,120**	-0,106**	-0,072**	-0,054**	-0,011	-0,030	-0,065**	-0,021	-0,033	0,018	-0,024	-0,020	
5	Opport	0,30	0,45					1	0,085**	0,185**	0,076**	0,005	0,017	0,068**	-0,007	0,028	-0,012	-0,015	-0,010	
6	Omreason	0,60	0,49						1	0,054**	0,053*	0,087**	0,031	0,053*	0,030	0,040	0,028	-0,010	-0,010	
7	Futsup	0,16	0,37							1	0,059**	0,026	-0,002	0,098**	0,047*	0,064**	0,005	-0,051*	-0,048*	
8	Omnewcst	0,31	0,46								1	0,224**	0,094**	-0,028	-0,012	0,022	0,033	-0,066**	-0,062**	
9	Omcompet	0,36	0,48									1	0,006	-0,031	0,033	0,045*	0,029	-0,025	-0,030	
10	Omnewtec	0,10	0,30										1	-0,013	-0,010	-0,013	-0,021	-0,033	-0,033	
11	Gender	0,59	0,49											1	0,022	0,034	-0,136**	0,025	0,031	
12	Omnnowjob	3,42	43,78												1	0,855**	-0,007	0,010	0,012	
13	Omyr5job	8,03	97,76													1	-0,014	0,009	0,008	
14	Sector	3,13	0,93														1	-0,040	-0,036	
15	Age	38,57	9,75															1	0,990**	
16	Age ²	1582,80	791,47																	1

** y * indica significatividad al 1 y al 5 %, respectivamente.

variables propuestas como explicativas en el modelo, lo que implica una garantía en la estimación econométrica realizada.

La Tabla 10 presenta las estimaciones del modelo de regresión logístico binario. El Modelo 1 es el modelo de referencia, y en él observamos que hay cuatro variables significativas: las redes de contacto, el compromiso con la innovación, la innovación exploratoria y la percepción del emprendedor de la existencia de buenas oportunidades para crear un negocio. No encontramos que el resto de las variables tengan un impacto significativo en las empresas BG. Así mientras se confirman las Hipótesis 1b-2 (parcialmente) y 3a-3c, no se encontraron evidencias que apoyaran las Hipótesis 1a y 3b, aquellas relacionadas con el conocimiento y la experiencia del emprendedor y la innovación explotativa, respectivamente.

Para realizar un análisis de la solidez de los resultados, se realizaron estimaciones del mismo modelo, excluyendo una de las tres variables utilizadas para probar la Hipótesis 1a, una de las dos variables utilizadas para probar la Hipótesis 1b y cada una de las variables utilizadas para probar la Hipótesis 2 (columnas 2 a 6). Como se puede ver, los resultados son similares a los del modelo de referencia (columna 1), sirviendo de garantía adicional. Del mismo modo, se excluyeron cuatro de las seis variables incluidas en las Hipótesis 1b y 2 (columnas 8 a 12 de la Tabla 10), corroborando los principales resultados de la estimación. Se estimaron especificaciones adicionales sólo con las variables de control, confirmando la robustez de los resultados presentados.

Los resultados de la estimación llevan a la conclusión de que el carácter BG no depende de las características profesionales del emprendedor, como son sus conocimientos; por lo tanto, el análisis econométrico no permite aceptar la Hipótesis 1a. El hecho de que el mercado nacional esté abierto a la competencia internacional significa que las aptitudes profesionales necesarias para desarrollar un negocio en el país pueden

TABLA 10. Resultados de la regresión logística del modelo de integración con los factores específicos del emprendedor y los factores innovadores asociados en España

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Competencias profesionales del emprendedor												
Knowled	0,041 (0,267)		0,055 (0,267)	0,055 (0,266)	0,051 (0,266)	0,041 (0,267)	0,059 (0,267)	0,089 (0,265)				
Discent	0,462 (0,280)	0,463* (0,280)		0,449 (0,280)	0,489 * (0,279)	0,462 (0,280)	0,500 * (0,279)		0,490* (0,278)			
Knowent	0,307 * (0,164)	0,310 * (0,164)	0,315 * (0,164)	0,313 * (0,164)	0,356 ** (0,163)	0,307 * (0,164)	0,325 ** (0,164)	0,342** (0,163)	0,337** (0,162)	0,342** (0,162)	0,348** (0,162)	0,324 (0,163)
Espíritu Emprendedor												
Fearfail	-0,089 (0,158)	-0,091 (0,158)	-0,071 (0,158)		-0,128 (0,157)	-,0089 (0,158)	-0,095 (0,158)			-0,080 (0,156)		
Opport	0,425 *** (0,152)	0,425 *** (0,152)	0,433 *** (0,152)	0,433 *** (0,151)		0,425 *** (0,152)	0,454*** (0,150)	0,475*** (0,149)	0,466*** (0,149)	0,469*** (0,149)	0,476*** (0,149)	0,441** (0,151)
Omreason	0,003 (0,150)	0,002 (0,150)	0,003 (0,150)	0,010 (0,149)	0,030 (0,149)		0,008 (0,150)				0,016 (0,149)	
Futsup	0,236 (0,179)	0,238 (0,179)	0,265 (0,178)	0,239 (0,179)	0,311 (0,177)	0,237 (0,179)						0,269 (0,177)
Factores Innovadores												
Omnewcst	0,658 *** (0,150)	0,658*** (0,150)	0,669 *** (0,149)	0,661*** (0,150)	0,677*** (0,149)	0,658 *** (0,150)	0,664*** (0,149)	0,680*** (0,149)	0,668*** (0,149)	0,677*** (0,149)	0,680*** (0,149)	0,672*** (0,149)
Omcompet	-0,002 (0,152)	-0,001 (0,152)	-0,011 (0,151)	-0,001 (0,152)	-0,013 (0,151)	-0,001 (0,151)	0,002 (0,151)	-0,008 (0,151)	0,003 (0,151)	-0,008 (0,151)	-0,009 (0,151)	-0,010 (0,151)
Omnewtec	0,408 ** (0,206)	0,408 ** (0,206)	0,423 ** (0,206)	0,413 ** (0,206)	0,407** (0,206)	0,408 ** (0,206)	0,405 ** (0,206)	0,426** (0,205)	0,410** (0,206)	0,421** (0,205)	0,424** (0,205)	0,426** (0,205)

TABLA 10 (continuación)

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Variables de Control												
Gender	0,128 (0,151)	0,128 (0,151)	0,134 (0,151)	0,132 (0,151)	0,140 (0,151)	0,128 (0,151)	0,143 (0,151)	0,155 (0,150)	0,149 (0,150)	0,153 (0,150)	0,156 (0,150)	0,138 (0,151)
Omnowjob	0,002 (0,003)											
omyr5job	-0,001 (0,002)											
Sector ^a												
Extractivo	0,370 (0,323)	0,365 (0,321)	0,371 (0,323)	0,369 (0,323)	0,372 (0,323)	0,370 (0,323)	0,380 (0,323)	0,380 (0,322)	0,367 (0,321)	0,372 (0,320)	0,369 (0,320)	0,361 (0,321)
Transformador	-0,071 (0,190)	-0,071 (0,190)	-0,077 (0,190)	-0,068 (0,190)	-0,070 (0,190)	-0,071 (0,190)	-0,076 (0,190)	-0,081 (0,190)	-0,074 (0,190)	-0,085 (0,190)	-0,082 (0,190)	-0,075 (0,190)
Servicios Empresariales	0,047 (0,175)	0,047 (0,175)	0,040 (0,175)	0,051 (0,175)	0,081 (0,174)	0,047 (0,175)	0,044 (0,175)	0,040 (0,175)	0,048 (0,175)	0,035 (0,175)	0,040 (0,175)	0,043 (0,175)
Age	-0,040 (0,050)	-0,039 (0,050)	-0,044 (0,050)	-0,039 (0,050)	-0,044 (0,050)	-0,040 (0,050)	-0,041 (0,050)	-0,045 (0,050)	-0,039 (0,050)	-0,045 (0,049)	-0,044 (0,049)	-0,043 (0,050)
Age ²	0,0004 (0,001)											
-log likelihood	1407,72	1407,743	1410,22	1408,03	1415,392	1407,72	1409,41	1412,606	1409,867	1412,455	1412,710	1410,489
X ²	59,306***	59,282***	56,803***	58,988***	51,634***	59,306***	56,612***	54,419***	57,159***	54,570***	54,315***	56,546***
R ² Nagelkerke	0,054	0,054	0,054	0,054	0,047	0,054	0,054	0,066	0,052	0,050	0,049	0,051
Nº Observ.	2.313	2.313	2.313	2.313	2.313	2.313	2.313	2.313	2.313	2.313	2.313	2.313

Notas: ^a (orientado al consumidor= categoría de referencia). ***, ** and * indica significación al 1, 5 y 10%, respectivamente. Errores estándar entre paréntesis

percibirse como suficientes para participar también en actividades internacionales, lo que explica en parte esta conclusión. Sin embargo, en la Hipótesis 1b, las habilidades empresariales, que se refieren esencialmente a las relaciones con otros emprendedores, son estadísticamente significativas. Aunque los conocimientos y la experiencia necesarios para iniciar una EFT pueden considerarse suficientes para ser internacionales, es más probable que los emprendedores con contactos personales (lo que puede significar fuentes de conocimiento y puede indicar la dificultad de participar en actividades internacionales iniciales) dirijan una empresa BG.

En cuanto al espíritu empresarial, el temor al fracaso o la razón de la puesta en marcha de la empresa no se asocia con el hecho de que una empresa sea internacional desde su creación. Esto indica que una vez que el emprendedor ha dado el primer paso para poner en marcha una empresa, estos factores no son relevantes. Este punto refuerza la percepción de que el mercado interno requiere muchas habilidades similares a las necesarias para participar en actividades internacionales. Sin embargo, la capacidad de detectar oportunidades de negocio tiene un signo positivo, lo que podría indicar que esta característica del espíritu empresarial está asociada a la búsqueda de oportunidades internacionales.

4.5. Discusión

Los resultados de este análisis contribuyen a la investigación existente proporcionando evidencia empírica de cómo el capital humano, la novedad de producto o las oportunidades percibidas están relacionadas con la rápida y temprana expansión internacional de las empresas. Las EFTs pueden ser más flexibles en el desarrollo de sus capacidades de conocimiento y pueden ir más allá de las limitaciones existentes aprovechando todos los recursos y capacidades disponibles. Las BGs tampoco necesitan información precisa sobre los mercados internacionales antes de su apertura internacional

porque otros factores, entre ellos la concienciación de las empresas, explican mejor el descubrimiento de oportunidades internacionales (Evers y Andersson, 2021). Esta estrategia puede aplicarse mediante una combinación de recursos únicos (Oviatt y McDougall, 2005) y el uso de redes empresariales (Gil-Barragan *et al.*, 2020) como motores para la rápida internacionalización de las EFT.

Abordamos un enfoque de múltiples perspectivas abarcando perspectivas teóricas sobre el emprendimiento, así como la perspectiva de capacidades dinámicas y el enfoque de red. La creación de empresas BG se produce como resultado de las capacidades del capital humano y relacional de los emprendedores, combinado con variables específicas de las empresas. A través del modelo conceptual planteado y los resultados obtenidos en este capítulo de la tesis, contribuimos al conocimiento sobre cómo las EFTs pueden lograr una internacionalización temprana basada en las características del emprendedor como posible determinante (Knight y Liesch, 2016). Los resultados del estudio son similares a los obtenidos por Kraus *et al.* (2017) y Zucchella *et al.* (2007) para las economías alemana e italiana, respectivamente. Sin embargo, Federico *et al.* (2009), encontraron resultados contradictorios en función de la zona geográfica. Otros estudios que analizan empresas ubicadas en diferentes áreas geográficas (Evald *et al.*, 2011; Ughetto, 2016) o que analizan países individualmente, como Corea del Sur (Park y Rhee, 2012), obtienen resultados diferentes a los nuestros. Las oportunidades y las redes del emprendedor para el desarrollo del mercado internacional (que modulan las actividades y el espíritu internacional del emprendedor) junto con factores institucionales (que facilitan o dificultan la entrada en los mercados internacionales) pueden explicar esas diferencias. La investigación futura debería refinar estas variables o incluir variables adicionales, como por ejemplo si la experiencia del emprendedor está relacionada con la actividad actual.

El carácter innovador de las EFT en sus mercados está relacionado con el carácter BG de las nuevas empresas, respaldando lo expuesto en las Hipótesis 3a y 3c. Por lo tanto, nuestros resultados proporcionan más evidencia de la relevancia de la capacidad de los emprendedores para descubrir oportunidades más allá del mercado nacional (Cavusgil y Knight, 2015; Chetty y Campbell-Hunt, 2004; Freeman *et al.*, 2012; Cannone y Ughetto, 2014; Gabrielsson *et al.*, 2008; Knight y Cavusgil, 2004; Moen, 2002; Peiris *et al.*, 2012). Esa capacidad, que es una fuerza motriz para una internacionalización temprana, implica la disposición a competir a nivel internacional, incluidas las novedades en el producto o servicio, así como el desarrollo tecnológico.

Con respecto a las variables de control, no observamos una probabilidad diferente de liderar una empresa BG entre emprendedores masculinos y femeninos, y el sector no se encontró como determinante para ser una BG. Cabe señalar que la variable que captura la edad, aunque no alcanza niveles de significación estadística, muestra una forma de U invertida, con el máximo cerca de 50 años.

Capítulo 5. Conclusiones

Capítulo 5. Conclusiones

El trabajo realizado contribuye a una mejor comprensión del fenómeno de las empresas BG a lo largo de los 3 capítulos principales en los que se desarrollan modelos teóricos que analizan el fenómeno BG desde distintas perspectivas. En nuestro caso, nos centramos en un análisis multidimensional que aborda una perspectiva analítica sobre el emprendimiento internacional en las empresas BG, teniendo en cuenta tanto el tiempo que se tarda en lograr las primeras ventas en mercados internacionales como el porcentaje de ventas en mercados exteriores.

En primer lugar, en el capítulo 2 se plantean hipótesis novedosas sobre cómo las características del país afectan a algunos de los rasgos del individuo. La mayoría de los estudios sobre emprendimiento internacional no han adoptado metodologías multinivel que permitan al investigador analizar mejor las actividades de emprendimiento de manera integral e integradora (Terjesen *et al.*, 2016). En nuestro caso, y siguiendo a Li (2018), realizamos una investigación multinivel que logra examinar los efectos del contexto del país, en particular, sus instituciones, y las características individuales del emprendedor sobre la probabilidad de que un individuo que inicie un negocio sea una empresa BG. Los resultados obtenidos en el capítulo 2 contribuyen a la literatura al analizar los factores individuales del emprendedor, así como los factores del entorno que están asociados a la creación de empresas BG. Además, la comparación de las empresas de las economías emergentes con las de las economías desarrolladas apenas se ha llevado a cabo en la literatura existente (Romanello y Chiarvesio, 2019) y ayuda a proporcionar conclusiones más sólidas sobre el vínculo entre las características del entorno y la aparición de empresas de BG.

El estudio demuestra que, al examinar las empresas individuales con un enfoque multinivel, las características institucionales y económicas del país ayudan a entender

mejor la realidad de las empresas BG. Por un lado, concluimos que los factores que la literatura anterior ha considerado relevantes para ser una BG, tales como los rasgos de personalidad (innovación, miedo al fracaso, alerta, tener una red empresarial), tienen un efecto diferente en los países desarrollados que en los países en desarrollo. Por otro lado, se presenta un análisis empírico que contrasta la hipótesis de que el marco institucional es un factor relevante, y que, en los casos en que la necesidad es la característica de la nueva empresa, los factores del entorno y la efectividad gubernamental limitan la posibilidad de que estas empresas pasen a ser internacionales.

En conjunto, estos resultados avanzan en la literatura al demostrar que hay diferencias en la forma en que el contexto apoya este tipo de emprendimiento. En las economías desarrolladas, las personas ven la creación de empresas BG como una opción óptima, identificando más fácilmente las oportunidades que los emprendedores de los países en desarrollo. En las economías avanzadas, las instituciones están más desarrolladas, por lo que la creación de empresas BG es más común. En los resultados obtenidos, las personas que participan en el emprendimiento por necesidad tienen menos probabilidades de crear empresas BG. El emprendimiento por necesidad está relacionado con las personas que tratan de escapar de situaciones negativas, como el desempleo, y consideran el emprendimiento como la única opción que les permite subsistir. En consonancia con los resultados de Angulo-Guerrero *et al.* (2017), este tipo de emprendimiento generalmente se construye en un ambiente duro con alternativas limitadas, por lo que la falta de libertad económica podría obligar a algunas personas a iniciar sus propios negocios. Las motivaciones de los emprendedores para iniciar proyectos empresariales basados en la necesidad llevan a estos emprendedores a comprometerse menos con la búsqueda de mercados internacionales.

Nuestros hallazgos también tienen importantes implicaciones para las políticas

públicas. Los emprendimientos por necesidad están vinculados a pequeños cambios en la calidad regulatoria de un Estado, lo que tiene fuertes efectos en la probabilidad de que un emprendedor se internacionalice desde la creación de su iniciativa empresarial. Esta conclusión sugiere que la capacidad de un gobierno para aplicar políticas que fomenten el emprendimiento internacional y la innovación puede proporcionar una salida atractiva para aquellos que no encuentran mejores opciones. Una dimensión normativa favorable para el emprendimiento por necesidad reduce la probabilidad de que los emprendedores centren sus esfuerzos en la internacionalización temprana. Los países, especialmente los menos avanzados, deben eliminar barreras innecesarias, reducir la inestabilidad política y aplicar políticas que faciliten el emprendimiento y apoyen la eficiencia del sector privado, proporcionando más evidencia al resultado de Amorós *et al.* (2019).

La creación de empresas BG es una tarea complicada que implica una inversión que normalmente no está asociada al emprendimiento motivado por necesidad, siendo el efecto de este factor negativo. La capacidad de superar las deficiencias del país de origen del emprendedor es un factor importante que permite a las empresas jóvenes internacionalizarse (McCormick y Somaya, 2020). Por lo tanto, dada la evidencia de que las instituciones afectan al entorno (Aparicio *et al.*, 2021; Prieto-Sánchez y Merino, 2021), deben desarrollarse políticas para fomentar la aparición de empresas internacionales, especialmente en los países en desarrollo. Estas políticas se deben centrar en mejorar la educación, la innovación y los programas de apoyo a la promoción de las exportaciones (Catanzaro *et al.*, 2019; Ribeiro *et al.*, 2020) o el reconocimiento social del empresario, destacando la importancia de la calidad del espíritu emprendedor que permita fomentar este espíritu entre los ciudadanos (Fuentelsaz *et al.*, 2019). Con estas estrategias, el emprendimiento conseguirá modificar su dinámica de negocio habitual al migrar de empresas que crean poco valor añadido y se centran en los mercados locales a empresas

innovadoras, como las BGs, con capacidad para competir globalmente (Amorós *et al.*, 2012). Nuestra identificación de los constructos utilizados proporciona una mejor comprensión de la formación de la prevalencia de las empresas BG en diferentes contextos nacionales. En comparación con la literatura existente, el marco integrador nos ha ayudado a identificar las condiciones institucionales que fomentan las empresas BG, un enfoque que mejora la investigación sobre la internacionalización temprana de las empresas (Cavusgil y Knight, 2015).

La revisión del emprendimiento internacional realizada por Perényi y Losoncz (2018) identificó la necesidad de ampliar el estudio del emprendimiento internacional, especialmente la investigación sobre empresas BG, integrando un análisis empírico entre países y contextos en países emergentes. Para contribuir a esta necesidad, en el capítulo 3 abordamos la brecha existente mediante la adopción de una perspectiva longitudinal sobre por qué y cómo las empresas BG desarrollan sus actividades en los países latinoamericanos, proporcionando una mejor comprensión de los patrones y los procesos de toma de decisiones de los factores que influyen en la internacionalización temprana de estas empresas mediante el análisis holístico de diferentes dimensiones (Santhosh, 2019).

En la literatura internacional sobre emprendimiento hay escasas investigaciones sobre las empresas emprendedoras en las economías latinoamericanas (Chen *et al.*, 2016). Utilizando datos GEM de cinco países latinoamericanos para el período 2007-2015 y aplicando una regresión binomial, identificamos los factores culturales, económicos y del entorno que afectan a la creación de empresas BG. Al hacerlo, este capítulo contribuye a la discusión de si los factores del individuo o del país influyen en la creación de empresas BG. Por lo que sabemos, hasta ahora no se ha intentado vincular la actividad internacional de las empresas BG con los resultados macroeconómicos.

Los resultados obtenidos en el capítulo 3 muestran que los factores del

emprendedor (es decir, las intenciones y aspiraciones) en combinación con el crecimiento económico juegan un papel más importante que los factores relacionados con la complejidad económica de la economía latinoamericana. En otras palabras, las intenciones y aspiraciones del emprendedor orientado a la exportación, junto con el crecimiento del PIB en su país de origen, son más importantes para lograr altas tasas de emprendimiento de orientación internacional que la innovación del empresario y el nivel de complejidad económica en el área estudiada. Además, un entorno favorable fomentará la innovación y la aparición de empresas BG (Hull *et al.*, 2020). Asimismo, se considera que este entorno condiciona cómo la mentalidad de un emprendedor al esperar iniciar otro negocio influye en la posibilidad de que la empresa se convierta en BG. Dado que la actividad internacional de las empresas BG contribuye en gran medida a mayores niveles de competencia y, en consecuencia, a la aparición de economías muy dinámicas, podrían alcanzarse mayores niveles de crecimiento económico. Si bien ya se han realizado investigaciones empíricas sobre empresas BG en América Latina (Amorós *et al.*, 2016a; Ribeiro-Cahen *et al.*, 2017; Cancino, 2014; Cancino y Coronado, 2014; Cancino y La Paz, 2010; Ciravegna *et al.*, 2018; Dib *et al.*, 2010; Escandón-Barbosa *et al.*, 2013; Escandón-Barbosa *et al.*, 2019; Federico *et al.*, 2009; Felzensztein *et al.*, 2015; Lopez *et al.*, 2009; Martin *et al.*, 2018; Martin y Javalgi, 2019; Tabares *et al.*, 2015; Wood *et al.*, 2011), nuestros resultados contribuyen a la literatura analizando los factores culturales del emprendedor y los factores económicos y del entorno asociados a las empresas BG.

El capítulo 3 refuerza la noción de que el entorno institucional a nivel macro de un país está asociado significativamente a sus patrones empresariales. Estimular la creación de empresas BG a través de los factores culturales del emprendedor que inducen la entrada al trabajo por cuenta propia es una opción política atractiva. Este enfoque implica introducir cambios en el sistema educativo para promover el espíritu

emprendedor y presentar positivamente la actividad empresarial o muchos otros elementos ya detectados (Valerio *et al.*, 2014). Ofrecer mejores incentivos o aliviar las limitaciones de liquidez podría tener un impacto positivo en la creación de empresas BG. Sin embargo, es probable que el impacto sea pequeño y, en algunos casos, esté condicionado por otros factores. Como señalan Sultan y Wong (2011), el entorno empresarial no puede ser desarrollado y reforzado solo por los empresarios: los sectores público y privado deben trabajar juntos para mejorar los puntos fuertes del entorno empresarial, lo que ayudará a desarrollar y fortalecer la creación de empresas BG. Las relaciones entre las dimensiones del país (es decir, el crecimiento económico) y los factores culturales del emprendedor brindan apoyo a las políticas encaminadas a fomentar el desarrollo económico mediante el estímulo de nuevos negocios internacionales. En consecuencia, se deben diseñar políticas que avancen y se ajusten a las intenciones y aspiraciones de los emprendedores en cuanto a su implicación internacional desde el nacimiento de su empresa. La aparición de empresas BG en las economías emergentes está asociada a la eficiencia de los servicios públicos (McCormick y Somaya, 2020). Por lo tanto, dada la evidencia de que las instituciones afectan al entorno y al crecimiento económico (Aparicio *et al.*, 2016; Bjørnskov y Foss, 2013; Nissan *et al.*, 2011), los responsables políticos deberían mejorar las intervenciones políticas para proporcionar el caldo de cultivo para la creación de nuevas empresas internacionales a través de reformas estructurales que aborden aspectos como la desregulación, la mejora del nivel de educación, la liberalización, la protección adecuada de la propiedad intelectual, el acceso al crédito, un mejor funcionamiento de los mercados de capital de riesgo o la mejora en la apertura y concesión de licencias y en los programas de promoción de las exportaciones (Aidis *et al.*, 2012; Díaz Casero *et al.*, 2013; Fuentelsaz *et al.*, 2015, 2019; Ribeiro *et al.*, 2020; Stenholm *et al.*, 2013). En los países latinoamericanos, la implementación de estas

reformas estructurales requiere un esfuerzo especial para aumentar la estabilidad política y un mayor control de la corrupción. A su vez, estos cambios generarán oportunidades para las empresas que les permitan abordar los mercados internacionales desde el nacimiento de su empresa. Por lo tanto, contribuimos a la literatura emergente sobre BG analizando los factores que influyen en la internacionalización temprana de las empresas, ayudando a los emprendedores latinoamericanos a identificar claramente los factores clave que hacen posible la internacionalización temprana (Santhosh, 2019). En este sentido, el apoyo institucional en las economías emergentes puede convertirse en una fuente de ventaja competitiva y alentar a las empresas a expandirse internacionalmente (Nuruzzaman *et al.*, 2020).

En el capítulo 4, contribuimos al debate actual en el ámbito del emprendimiento internacional (Coviello, 2015; Martin y Javalgi, 2018) de varias maneras. En primer lugar, aportamos pruebas adicionales del efecto de los factores empresariales y de innovación en la explicación de las empresas BG. Los resultados llevan a la conclusión de que el carácter de una BG depende tanto de las habilidades empresariales como del espíritu empresarial. En este sentido, este capítulo ofrece un mayor apoyo a algunos resultados relacionados con el emprendimiento internacional al demostrar empíricamente que el compromiso y la innovación exploratoria (es decir, la venta de productos percibidos como nuevos en el mercado) están relacionados significativamente con una internacionalización rápida y temprana. El resultado de la innovación es especialmente interesante en un caso como el español. Como es bien sabido, la actividad innovadora en España es muy inferior a la media de los países avanzados (en España en el año 2014 representa alrededor del 1,2 % del PIB, frente al 2,3 % en los países de la OCDE), por lo que, si las empresas innovadoras pueden centrarse en explotar sus ventajas en el mercado interno, este elemento puede llevarlas a convertirse en BG. Los resultados obtenidos

muestran que este esfuerzo innovador es útil para competir en los mercados internacionales. La búsqueda de oportunidades para las empresas BG existe en el entorno en el que el emprendedor desarrolla su proyecto de negocio. En segundo lugar, nuestros resultados contribuyen a la literatura sobre BG ampliando la investigación empírica existente en España (Almodóvar y Rugman, 2015; García-Cabrera *et al.*, 2017; Jiménez-Naharro *et al.*, 2010; Monferrer *et al.*, 2015; Rialp *et al.*, 2005b; Ripollés y Blesa 2017; Rodríguez-Serrano y Martín-Armario, 2019) y analizando los factores emprendedores e innovadores asociados a las empresas BG en este contexto. Ambas contribuciones están en consonancia con el denominado enfoque sistemático para ampliar los estudios empíricos (Chandra, 2017; Rialp *et al.*, 2005a), que implica incorporar gradualmente ideas teóricas de otros campos para aumentar el conocimiento del emprendimiento internacional y añadir nuevas variables y relaciones para comprender mejor los fenómenos del emprendimiento.

Capítulo 6. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Capítulo 6. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Nuestra investigación no está exenta de limitaciones, que se pueden ver como nuevas oportunidades para la investigación futura. Analizando las limitaciones y futuras líneas de investigación por capítulos, nos encontramos en primer lugar en el capítulo 2 con que la primera limitación está relacionada con la propia base de datos, ya que las variables utilizadas no capturan suficientemente todas las dimensiones que pueden influir en la rápida internacionalización de las empresas. Así, sería interesante incorporar otros tipos de variables en futuras investigaciones como por ejemplo las instituciones informales a las que Fuentelsaz *et al.* (2019) han apuntado como factor relevante. La segunda limitación se deriva de la imposibilidad de incorporar un mayor número de países a la investigación debido a los datos disponibles en GEM. Nuestro análisis se concentra en las economías desarrolladas y en desarrollo en Europa y América Latina, que proporcionan un contexto único para el estudio de las jóvenes empresas exportadoras. Sin embargo, la incorporación de datos procedentes de Asia o África podría proporcionar más información sobre los factores distintivos de las exportaciones de empresas jóvenes. En particular, sería útil entender si los factores institucionales y la calidad regulatoria también representan problemas para operar en las economías desarrolladas y en desarrollo de Asia o África, así como si esos factores influyen en la internacionalización temprana en esos países y en qué condiciones. Respecto al estudio de la prevalencia del fenómeno BG presentado en el capítulo 2, proporciona a académicos y responsables políticos información adicional sobre las características clave asociadas a las intenciones de exportación de los emprendedores que inician un proyecto empresarial internacional desde su inicio. Las propuestas y conclusiones permitirán abrir nuevas vías para profundizar en la comprensión de las empresas BG, en especial en el contexto de las economías en desarrollo.

Respecto al estudio de los factores culturales, económicos y del entorno que pueden incidir en la creación de empresas BG presentados en el capítulo 3, la principal limitación con la que nos encontramos está también relacionada con la cobertura geográfica, el estudio no cubre a todos los países latinoamericanos, sino solo a cinco de las naciones más grandes. Por lo tanto, su generalización a otros casos, como las pequeñas economías de Centroamérica o los participantes/no participantes en acuerdos comerciales regionales (que facilitan el comercio internacional y, por ende, el carácter BG de las empresas), requiere más investigación. Además del apoyo a las políticas, la investigación en este ámbito sugiere enfoques alternativos para medir el desarrollo de un país no solo en términos de crecimiento del ingreso per cápita, sino también analizando otros factores que afectan el nivel empresarial de la economía, como la confianza en las políticas macroeconómicas, las regulaciones laborales y la calidad institucional. Otros factores como la inflación, la informalidad y la transparencia institucional están relacionados positivamente con la prevalencia principal de las empresas BG. Por el contrario, la corrupción parece limitar la aparición de empresas BG.

Asimismo, en este capítulo 3 se pueden derivar algunas líneas de investigación futura. En primer lugar, puede ser relevante considerar elementos adicionales, como el desempleo y la informalidad en América Latina, ya que estas tasas podrían cambiar dependiendo de la fuente. En segundo lugar, la incidencia de las regulaciones del mercado laboral y su impacto a nivel de empresa debe explorarse más detenidamente. Por último, el emprendimiento y las instituciones deben considerarse en combinación para explicar el proceso de crecimiento (Acs *et al.*, 2018). Este enfoque podría facilitar una mayor comprensión de los motores de la actividad empresarial internacional que conducirá al desarrollo económico.

Por último, respecto al papel de las características del emprendedor para ser una

empresa BG presentado en el capítulo 4, las futuras líneas de investigación deberían incluir variables organizativas y del entorno adicionales para comprender mejor la probabilidad de que una EFT se convierta en una empresa internacionalizada. Estas investigaciones pueden incorporar algunas variables específicas, por ejemplo, informes más detallados de sectores de actividades que permiten analizar si operar en un sector de alta, baja o media tecnología influye en la creación de empresas BG, lo que permitiría conocer la importancia de los factores institucionales. Otros posibles análisis podrían incluir interacciones entre las variables independientes y una mayor investigación de la relación causa-efecto de las variables investigadas. Sin duda, algunas actividades o sectores industriales de los empresarios pueden moderar la competitividad de la EFT. También sería interesante seguir investigando la influencia del entorno institucional de las empresas BG. Los gobiernos nacionales, regionales y locales generan un marco que puede alentar el desarrollo y el éxito de las empresas BG, pero también limitarlo creando algunas barreras adicionales. Según Manolova *et al.* (2008), el marco institucional de apoyo al emprendimiento debe mejorarse con una legislación más favorable para empresas como las BG. Estas empresas, que se han internacionalizado desde su creación, podrían ser apoyadas por inversiones estratégicas que mejoren las habilidades empresariales y la promoción de nuevos modelos de negocio que influyan en las actitudes sociales del emprendedor y profundicen en el análisis de los factores del entorno de la empresa que avanzan o limitan su internacionalización. Por lo tanto, deben investigarse políticas públicas que faciliten y promuevan el surgimiento de empresas BG, teniendo en cuenta los beneficios que el emprendimiento internacional puede aportar a las economías nacionales en términos de empleo, innovación y desarrollo. Asimismo, la investigación sobre empresas BG de un conjunto más variado de países puede corroborar si algunos elementos idiosincrásicos (como el miedo al fracaso, la motivación, la naturaleza de las

redes personales, el género, etc.) son específicos o pueden generalizarse.

7. Referencias

7. Referencias

- Acedo, F. J., & Jones, M. V. (2007). Speed of internationalization and entrepreneurial cognition: Insights and a comparison between international new ventures, exporters and domestic firms. *Journal of World Business*, 42(3), 236-252. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.012>
- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(2), 289-300. <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9307-2>
- Acs, Z. J., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476-494. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.08.016>
- Acs, Z. J., Estrin, S., Mickiewicz, T., & Szerb, L. (2018). Entrepreneurship, institutional economics, and economic growth: An ecosystem perspective. *Small Business Economics*, 51(2), 501-514. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0013-9>
- Acs, Z. J., Szerb, L., & Autio, E. (2017). The global entrepreneurship and development index. *Global entrepreneurship and development index 2017* (pp. 29-53) Springer Briefs in Economics; Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-65903-9_3
- Aguilera, R. V., Ciravegna, L., Cuervo-Cazurra, A., & Gonzalez-Perez, M. A. (2017). Multilatinas and the internationalization of Latin American firms. *Journal of World Business*, 52(4), 447-460. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.05.006>
- Aguilera, R. V., & Grøgaard, B. (2019). The dubious role of institutions in international business: A road forward. *Journal of International Business Studies*, 50(1), 20-35. <https://doi.org/10.1057/s41267-018-0201-5>
- Aguinis, H., Villamor, I., Lazzarini, S. G., Vassolo, R. S., Amorós, J. E., & Allen, D. G. (2020). Conducting management research in Latin America: Why and What's in it for you?

- Journal of Management*, 46(5), 615-636. <https://doi.org/10.1177/0149206320901581>
- Ahmed, F. U., & Brennan, L. (2019). An institution-based view of firms' early internationalization: Effectiveness of national export promotion policies. *International Marketing Review*, 36(6), 911-954. <https://doi.org/10.1108/IMR-03-2018-0108>
- Aidis, R., Estrin, S., & Mickiewicz, T. M. (2012). Size matters: Entrepreneurial entry and government. *Small Business Economics*, 39(1), 119-139. <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9299-y>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Almodóvar, P., & Rugman, A. M. (2015). Testing the revisited Uppsala model: Does insidership improve international performance? *International Marketing Review*, 32(6), 686-712. <https://doi.org/10.1108/IMR-04-2014-0142>
- Alvarez, C., & Urbano, D. (2011). Environmental factors and entrepreneurial activity in Latin America. *Academia Revista Latinoamericana De Administración*, 48, 126-139.
- Alvarez, S. A., & Busenitz, L. W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27(6), 755-775. <https://doi.org/10.1177/014920630102700609>
- Amorós, J. E., Basco, R., & Romani, G. (2016a). Determinants of early internationalization of new firms: The case of Chile. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(1), 283-307. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0343-2>
- Amorós, J. E., Ciravegna, L., Mandakovic, V., & Stenholm, P. (2019). Necessity or opportunity? the effects of state fragility and economic development on entrepreneurial efforts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(4), 725-750. <https://doi.org/10.1177/1042258717736857>
- Amorós, J. E., Etchebarne, M. S., Zapata, I. T., & Felzensztein, C. (2016b). International entrepreneurial firms in Chile: An exploratory profile. *Journal of Business Research*,

- 69(6), 2052-2060. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.150>
- Amorós, J. E., Fernández, C., & Tapia, J. (2012). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3), 249-270. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0165-9>
- Andersson, S. (2011). International entrepreneurship, born globals and the theory of effectuation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(3), 627-643. <https://doi.org/10.1108/14626001111155745>
- Angulo-Guerrero, M. J., Pérez-Moreno, S., & Abad-Guerrero, I. M. (2017). How economic freedom affects opportunity and necessity entrepreneurship in the OECD countries. *Journal of Business Research*, 73, 30-37. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.11.017>
- Anokhin, S., & Schulze, W. S. (2009). Entrepreneurship, innovation, and corruption. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 465-476. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.06.001>
- Aparicio, S., Audretsch, D., & Urbano, D. (2021). Why is export-oriented entrepreneurship more prevalent in some countries than others? contextual antecedents and economic consequences. *Journal of World Business*, 56(3), 101177. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101177>
- Aparicio, S., Urbano, D., & Audretsch, D. B. (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 45-61. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.006>
- Arafat, M. Y., Saleem, I., Dwivedi, A. K., & Khan, A. (2020). Determinants of agricultural entrepreneurship: A GEM data based study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 345-370. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0536-1>
- Aragón-Sánchez, A., Baixauli-Soler, S., & Carrasco-Hernández, A. (2017). A missing link: The behavioral mediators between resources and entrepreneurial intentions. *International*

- Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(5), 752-768.
<https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2016-0172>
- Aragón-Sánchez, A., Lozano-Reina, G., & Rubio-Bañón, A. (2020). Emprendimiento y la crisis del COVID-19. *Gestión: Revista De Economía*, (70), 5-11.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x>
- Audretsch, D. B., & Keilbach, M. (2008). Resolving the knowledge paradox: Knowledge-spillover entrepreneurship and economic growth. *Research Policy*, 37(10), 1697-1705.
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2008.08.008>
- Audretsch, D. B., Obschonka, M., Gosling, S. D., & Potter, J. (2017). A new perspective on entrepreneurial regions: Linking cultural identity with latent and manifest entrepreneurship. *Small Business Economics*, 48(3), 681-697.
<https://doi.org/10.1007/s11187-016-9787-9>
- Autio, E., & Acs, Z. J. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(3), 234-251.
<https://doi.org/10.1002/sej.93>
- Autio, E., Pathak, S., & Wennberg, K. (2013). Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors. *Journal of International Business Studies*, 44(4), 334-362.
<https://doi.org/10.1057/jibs.2013.15>
- Bahri, M., Sakka, O., & Kallal, R. (2021). The impact of corruption on the export intensity of SMEs in Tunisia: Moderating effects of political instability and regulatory obstacles. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 1134-1151.
<https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2020-0055>
- Baier-Fuentes, H., Merigó, J. M., Amorós, J. E., & Gaviria-Marín, M. (2019). International entrepreneurship: A bibliometric overview. *International Entrepreneurship and*

- Management Journal*, 15(2), 385-429. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0487-y>
- Baronchelli, G., & Cassia, F. (2014). Exploring the antecedents of born-global companies' international development. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(1), 67-79. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0197-9>
- Baum, M., Schwens, C., & Kabst, R. (2015). A latent class analysis of small firms' internationalization patterns. *Journal of World Business*, 50(4), 754-768. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2015.03.001>
- Becker, S., & Egger, P. (2013). Endogenous product versus process innovation and a firm's propensity to export. *Empirical Economics*, 44(1), 329-354. <https://doi.org/10.1007/s00181-009-0322-6>
- Belitski, M., Chowdhury, F., & Desai, S. (2016). Taxes, corruption, and entry. *Small Business Economics*, 47(1), 201-216. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9724-y>
- Bell, J., McNaughton, R., & Young, S. (2001). 'Born-again global' firms: An extension to the 'born global' phenomenon. *Journal of International Management*, 7(3), 173-189. [https://doi.org/10.1016/S1075-4253\(01\)00043-6](https://doi.org/10.1016/S1075-4253(01)00043-6)
- Bembom, M., & Schwens, C. (2018). The role of networks in early internationalizing firms: A systematic review and future research agenda. *European Management Journal*, 36(6), 679-694. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2018.03.003>
- Benner, M. J., & Tushman, M. L. (2003). Exploitation, exploration, and process management: The productivity dilemma revisited. *Academy of Management Review*, 28(2), 238-256. <https://doi.org/10.5465/amr.2003.9416096>
- Bhowmick, S. (2019). How psychic distance and opportunity perceptions affect entrepreneurial firm internationalization. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 36(1), 97-112. <https://doi.org/10.1002/cjas.1482>
- Bird, B. (2015). Entrepreneurial intentions research: A review and outlook. *International*

- Review of Entrepreneurship*, 13(3), 143-168.
- Bjørnskov, C., & Foss, N. (2013). How strategic entrepreneurship and the institutional context drive economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7(1), 50-69. <https://doi.org/10.1002/sej.1148>
- Bosma, N., Sanders, M., & Stam, E. (2018). Institutions, entrepreneurship, and economic growth in europe. *Small Business Economics*, 51(2), 483-499. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0012-x>
- Boso, N., Adeleye, I., Donbesuur, F., & Gyensare, M. (2019). Do entrepreneurs always benefit from business failure experience? *Journal of Business Research*, 98, 370-379. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.063>
- Braunerhjelm, P., & Halldin, T. (2019). Born globals – presence, performance and prospects. *International Business Review*, 28(1), 60-73. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.07.004>
- Bruneel, J., Clarysse, B., & Autio, E. (2018). The role of prior domestic experience and prior shared experience in young firm internationalization. *International Small Business Journal*, 36(3), 265-284. <https://doi.org/10.1177/0266242617733315>
- Caliendo, M., Fossen, F., & Kritikos, A. S. (2014). Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed. *Small Business Economics*, 42(4), 787-814. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9514-8>
- Cancino, C. A. (2014). Rapid internationalization of SMEs: Evidence from born global firms in Chile. *Innovar*, 24(SPE), 141-151. <https://doi.org/10.15446/innovar.v24n1spe.47614>
- Cancino, C. A., & Coronado, F. C. (2014). Exploring the determinants of born-global firms in Chile. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 27(3), 386-401. <https://doi.org/10.1108/ARLA-10-2013-0154>
- Cancino, C. A., & La Paz, A. I. (2010). International new ventures en Chile: Tres casos de éxito.

- Revista Latinoamericana de Administración*, (43), 140-163.
- Cannone, G., & Ughetto, E. (2014). Born globals: A cross-country survey on high-tech start-ups. *International Business Review*, 23(1), 272-283. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2013.05.003>
- Capelleras, J., Martin-Sanchez, V., Rialp, J., & Shleha, W. (2018). Entrepreneurs' export orientation and growth aspirations: The moderating role of individual human capital. *Rethinking entrepreneurial human capital* (pp. 63-87) Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-90548-8_4
- Carvalho, L., Santos, I. P., & van 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. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2014.02.015>
- Cassiman, B., & Golovko, E. (2011). Innovation and internationalization through exports. *Journal of International Business Studies*, 42(1), 56-75. <https://doi.org/10.1057/jibs.2010.36>
- Castaño, M., Méndez, M., & Galindo-Martin, M. (2015). The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 68(7), 1496-1500. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.040>
- Castaño, M., Méndez, M., & Galindo-Martin, M. (2016). Innovation, internationalization and business-growth expectations among entrepreneurs in the services sector. *Journal of Business Research*, 69(5), 1690-1695. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.039>
- Catanzaro, A., Messeghem, K., & Sammut, S. (2019). Effectiveness of export support programs: Impact on the relational capital and international performance of early internationalizing small businesses. *Journal of Small Business Management*, 57, 436-461. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12489>
- Cavusgil, S. T., & Knight, G. A. (2015). The born global firm: An entrepreneurial and

- capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies*, 46(1), 3-16. <https://doi.org/10.1057/jibs.2014.62>
- Chambers, D., & Munemo, J. (2019). Regulations, institutional quality and entrepreneurship. *Journal of Regulatory Economics*, 55(1), 46-66. <https://doi.org/10.1007/s11149-019-09377-w>
- Chandra, Y. (2017). A time-based process model of international entrepreneurial opportunity evaluation. *Journal of International Business Studies*, 48(4), 423-451. <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0068-x>
- Chandra, Y., Styles, C., & Wilkinson, I. F. (2012). An opportunity-based view of rapid internationalization. *Journal of International Marketing*, 20(1), 74-102. <https://doi.org/10.1509/jim.10.0147>
- Chell, E. (2013). Review of skill and the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(1), 6-31. <https://doi.org/10.1108/13552551311299233>
- Chen, J., Saarenketo, S., & Puumalainen, K. (2018). Home country institutions, social value orientation, and the internationalization of ventures. *International Business Review*, 27(2), 443-454. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.09.011>
- Chen, J., Sousa, C. M. P., & He, X. (2016). The determinants of export performance: A review of the literature 2006-2014. *International Marketing Review*, 33(5), 626-670. <https://doi.org/10.1108/IMR-10-2015-0212>
- Cheng, H., & Yu, C. J. (2008). Institutional pressures and initiation of internationalization: Evidence from Taiwanese small- and medium-sized enterprises. *International Business Review*, 17(3), 331-348. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2008.01.006>
- Chetty, S., & Campbell-Hunt, C. (2004). A strategic approach to internationalization: A traditional versus a “born-global” approach. *Journal of International Marketing*, 12(1), 57-

81. <https://doi.org/10.1509/jimk.12.1.57.25651>
- Child, J., Hsieh, L., Elbanna, S., Karmowska, J., Marinova, S., Puthusserry, P., . . . Zhang, Y. (2017). SME international business models: The role of context and experience. *Journal of World Business*, 52(5), 664-679. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.05.004>
- Choquette, E., Rask, M., Sala, D., & Schröder, P. (2017). Born Globals—Is there fire behind the smoke? *International Business Review*, 26(3), 448-460. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.10.005>
- Chowdhury, F., & Audretsch, D. B. (2021). Do corruption and regulations matter for home country nascent international entrepreneurship? *The Journal of Technology Transfer*, 46, 720-759. <https://doi.org/10.1007/s10961-020-09797-3>
- Chowdhury, F., Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2015). Does corruption matter for international entrepreneurship? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 959-980. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0372-5>
- Chowdhury, F., Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2019). Institutions and entrepreneurship quality. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 51-81. <https://doi.org/10.1177/1042258718780431>
- Ciravegna, L., Kuivalainen, O., Kundu, S. K., & Lopez, L. E. (2018). The antecedents of early internationalization: A configurational perspective. *International Business Review*, 27(6), 1200-1212. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.05.002>
- Ciravegna, L., Lopez, L., & Kundu, S. K. (2014). Country of origin and network effects on internationalization: A comparative study of SMEs from an emerging and developed economy. *Journal of Business Research*, 67(5), 916-923. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.07.011>
- Ciszewska-Mlinarič, M., Wójcik, P., & Obłój, K. (2020). Learning dynamics of rapidly internationalizing venture: Beyond the early stage of international growth in a CEE

- context. *Journal of Business Research*, 108, 450-465.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.002>
- Coelho, B. V., de Mello, R. C., & da Rocha, A. (2014). Leblon cachaça: A born global in a traditional industry. *Journal of Business Research*, 67(4), 567-575.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.017>
- Content, J., Bosma, N., Jordaan, J., & Sanders, M. (2020). Entrepreneurial ecosystems, entrepreneurial activity and economic growth: New evidence from European regions. *Regional Studies*, 54(8), 1007-1019. <https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1680827>
- Corner, P. D., Singh, S., & Pavlovich, K. (2017). Entrepreneurial resilience and venture failure. *International Small Business Journal*, 35(6), 687-708.
<https://doi.org/10.1177/0266242616685604>
- Coviello, N. E. (2006). The network dynamics of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 37(5), 713-731.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400219>
- Coviello, N. E. (2015). Re-thinking research on born globals. *Journal of International Business Studies*, 46(1), 17-26. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400056>
- Covin, J. G., & Miller, D. (2014). International entrepreneurial orientation: Conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 11-44. <https://doi.org/10.1111/etap.12027>
- Crecente-Romero, F., Giménez-Baldazo, M., & Rivera-Galicia, L. F. (2016). Subjective perception of entrepreneurship. differences among countries. *Journal of Business Research*, 69(11), 5158-5162. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.097>
- Crick, D., & Crick, J. (2014). The internationalization strategies of rapidly internationalizing high-tech UK SMEs. *European Business Review*, 26(5), 421-448.
<https://doi.org/10.1108/EBR-12-2012-0073>

- Cuervo-Cazurra, A. (2008). The multinationalization of developing country MNEs: The case of multilatinas. *Journal of International Management*, 14(2), 138-154. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2007.09.001>
- D'Angelo, A., & Presutti, M. (2019). SMEs international growth: The moderating role of experience on entrepreneurial and learning orientations. *International Business Review*, 28(3), 613-624. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.12.006>
- D'Angelo, A., Majocchi, A., Zucchella, A., & Buck, T. (2013). Geographical pathways for SME internationalization: Insights from an Italian sample. *International Marketing Review*, 30(2), 80-105. <https://doi.org/10.1108/02651331311314538>
- Dai, L., Maksimov, V., Gilbert, B. A., & Fernhaber, S. A. (2014). Entrepreneurial orientation and international scope: The differential roles of innovativeness, proactiveness, and risk-taking. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 511-524. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.07.004>
- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 674-695. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.01.002>
- Davidsson, P., Achtenhagen, L., & Naldi, L. (2010). Small firm growth. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 6(2), 69-166. <https://doi.org/10.1561/03000000029>
- De Clercq, D., Hessels, J., & van Stel, A. (2008). Knowledge spillovers and new ventures' export orientation. *Small Business Economics*, 31(3), 283-303. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9132-z>
- De Clercq, D., & Bosma, N. (2008). An exploratory study of international commitment by nascent and existing firms. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 21(3), 293-307. <https://doi.org/10.1080/08276331.2008.10593426>
- De Clercq, D., Lim, D. S. K., & Oh, C. H. (2013). Individual-Level resources and new business

- activity: The contingent role of institutional context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 303-330. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00470.x>
- De Clercq, D., Sapienza, H. J., Yavuz, R. I., & Zhou, L. (2012). Learning and knowledge in early internationalization research: Past accomplishments and future directions. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 143-165. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.09.003>
- De Jorge-Moreno, J. (2008). An empirical analysis of entrepreneurial opportunity identification and their decisive factors: The case of new Spanish firms. *International Journal of Entrepreneurship*, 12(1), 11-38.
- De Jorge-Moreno, J. (2017). Influencia del emprendimiento sobre el crecimiento económico y la eficiencia: Importancia de la calidad institucional y la innovación social desde una perspectiva internacional. *Revista de Economía Mundial/Journal of World Economy*, (46), 137-162. <https://doi.org/10.33776/rem.v0i46.3946>
- De Jorge-Moreno, J., Castillo, L. L., & Masere, E. D. Z. (2007). Influence of entrepreneur type, region and sector effects on business self-confidence: Empirical evidence from argentine firms. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(1), 25-48. <https://doi.org/10.1080/08985620601043372>
- De la Fuente-Sabaté, J.M., Galán-Zazo, J. I., & Suárez-González, I. (1999). La internacionalización de la empresa castellano-leonesa. *Boletín Económico de ICE, Información Comercial Española*, 2629, 11-20.
- Deligianni, I., Sapouna, P., Voudouris, I., & Lioukas, S. (in press). An effectual approach to innovation for new ventures: The role of entrepreneur's prior start-up experience. *Journal of Small Business Management*. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1698432>
- Deng, P., & Zhang, S. (2018). Institutional quality and internationalization of emerging market firms: Focusing on chinese SMEs. *Journal of Business Research*, 92, 279-289. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.014>

- Díaz Casero, J. C., Almodóvar González, M., Sánchez Escobedo, María de la Cruz, Corduras Martínez, A., & Hernández Mogollón, R. (2013). Institutional variables, entrepreneurial activity and economic development. *Management Decision*, *51*(2), 281-305. <https://doi.org/10.1108/00251741311301821>
- Dib, L. A., da Rocha, A., & da Silva, J. F. (2010). The internationalization process of Brazilian software firms and the born global phenomenon: Examining firm, network, and entrepreneur variables. *Journal of International Entrepreneurship*, *8*(3), 233-253. <https://doi.org/10.1007/s10843-010-0044-z>
- Dileo, I., & García-Pereiro, T. (2019). Assessing the impact of individual and context factors on the entrepreneurial process. A cross-country multilevel approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *15*(4), 1393-1441. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0528-1>
- Dimitratos, P., Johnson, J. E., Plakoyiannaki, E., & Young, S. (2016). SME internationalization: How does the opportunity-based international entrepreneurial culture matter? *International Business Review*, *25*(6), 1211-1222. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.03.006>
- Doh, J., Rodrigues, S., Saka-Helmhout, A., & Makhija, M. (2017). International business responses to institutional voids. *Journal of International Business Studies*, *48*(3), 293-307. <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0074-z>
- Dohse, D., & Niebuhr, A. (2018). How different kinds of innovation affect exporting. *Economics Letters*, *163*, 182-185. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2017.12.017>
- Dreher, A., & Gassebner, M. (2013). Greasing the wheels? the impact of regulations and corruption on firm entry. *Public Choice*, *155*(3-4), 413-432. <https://doi.org/10.1007/s11127-011-9871-2>
- Dunning, J. H. (1988). The eclectic paradigm of international production: A restatement and

- some possible extensions. *Journal of International Business Studies*, 19(1), 1-31.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490372>
- Dutta, N., & Sobel, R. (2016). Does corruption ever help entrepreneurship? *Small Business Economics*, 47(1), 179-199. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9728-7>
- Dzikowski, P. (2018). A bibliometric analysis of born global firms. *Journal of Business Research*, 85, 281-294. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.054>
- Efrat, K., & Asseraf, Y. (2019). A shift in perspective? the role of emotional branding in shaping born globals' performance. *International Business Review*, 28(6), 101589. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101589>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.09.006>
- Efrat, K., & Shoham, A. (2013). The interaction between environment and strategic orientation in born globals' choice of entry mode. *International Marketing Review*, 30(6), 536-558. <https://doi.org/10.1108/IMR-10-2012-0171>
- Ellis, P. D. (2011). Social ties and international entrepreneurship: Opportunities and constraints affecting firm internationalization. *Journal of International Business Studies*, 42(1), 99-127. <https://doi.org/10.1057/jibs.2010.20>
- Englis, P. D., & Wakkee, I. (2015). Managerial mindset and the born global firm. In Groen, A. Cook, G. Van Der Sijde, P. (Ed.), *New technology-based firms in the new millennium* (pp. 9-27) Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1876-022820150000011009>
- Escandón-Barbosa, D. M., González-Campo, C. H., & Murillo Vargas, G. (2013). Factors determining the appearance of 'born global' companies: Analysis of early internationalisation for SMES in Colombia. *Pensamiento & Gestión*, (35), 206-223.

- Escandón-Barbosa, D. M., & Hurtado-Ayala, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(131), 172-183. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.006>
- Escandón-Barbosa, D., Rialp-Criado, J., Fuerst, S., Rodríguez-Orejuela, A., & Castro-Aristizabal, G. (2019). Born global: The influence of international orientation on export performance. *Heliyon*, 5(11), e02688. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02688>
- Esteban-Lloret, N. N., Aragón-Sánchez, A., & Carrasco-Hernández, A. (2014). Institutional and competitive drivers on managers' training and organizational outcomes. *BRQ Business Research Quarterly*, 17(4), 242-258. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2014.03.003>
- Estrin, S., Korosteleva, J., & Mickiewicz, T. (2013). Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations? *Journal of Business Venturing*, 28(4), 564-580. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.05.001>
- Evald, M. R., Klyver, K., & Christensen, P. R. (2011). The effect of human capital, social capital, and perceptual values on nascent entrepreneurs' export intentions. *Journal of International Entrepreneurship*, 9(1), 1-19. <https://doi.org/10.1007/s10843-010-0069-3>
- Evers, N., & Andersson, S. (2021). Predictive and effectual decision-making in high-tech international new ventures – A matter of sequential ambidexterity. *International Business Review*, 30(1), 101655. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101655>
- Falahat, M., Knight, G. A., & Alon, I. (2018). Orientations and capabilities of born global firms from emerging markets. *International Marketing Review*, 35(6), 937-957. <https://doi.org/10.1108/IMR-01-2017-0021>
- Fariñas, J. C., & Martín-Marcos, A. (2007). Exporting and economic performance: Firm-level evidence of Spanish manufacturing. *The World Economy*, 30(4), 618-646. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2007.01007.x>
- Fariñas, J. C., & Martín-Marcos, A. (2010). Foreign sourcing and productivity: Evidence at the

- firm level. *The World Economy*, 33(3), 482-506. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2010.01264.x>
- Fariñas, J. C., Martín-Marcos, A., & Velázquez, F. J. (2018). Multinational activity of European firms and heterogeneity. *The World Economy*, 41(5), 1166-1195. <https://doi.org/10.1111/twec.12613>
- Fariñas, J. C., Martín-Marcos, A., & Velázquez, F. J. (2021). The geographical scope of multinational firms and heterogeneity. *Open Economies Review*, 32(4), 761-788. <https://doi.org/10.1007/s11079-021-09618-6>
- Federico, J. S., Kantis, H. D., Rialp, A., & Rialp, J. (2009). Does entrepreneurs' human and relational capital affect early internationalisation? A cross-regional comparison. *European Journal of International Management*, 3(2), 199-215. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2009.024322>
- Felzensztein, C. (2016). International entrepreneurship in and from emerging economies. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(1), 5-7. <https://doi.org/10.1007/s10843-016-0175-y>
- Felzensztein, C., Ciravegna, L., Robson, P., & Amorós, J. E. (2015). Networks, entrepreneurial orientation, and internationalization scope: Evidence from Chilean small and medium enterprises. *Journal of Small Business Management*, 53, 145-160. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12188>
- Fernhaber, S. A., & Li, D. (2013). International exposure through network relationships: Implications for new venture internationalization. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 316-334. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.05.002>
- Fernhaber, S. A., McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2007). Exploring the role of industry structure in new venture internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(4), 517-542. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00186.x>

- Fletcher, M., Harris, S., & Richey, R. (2013). Internationalization knowledge: What, why, where, and when? *Journal of International Marketing*, 21(3), 47-71. <https://doi.org/10.1509/jim.12.0121>
- Franco, M., & Haase, H. (2016). Internationalisation of born globals: The role of strategic alliances. *European Journal of International Management*, 10(2), 181-201. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2016.074471>
- Fredström, A., Peltonen, J., & Wincent, J. (2021). A country-level institutional perspective on entrepreneurship productivity: The effects of informal economy and regulation. *Journal of Business Venturing*, 36(5), 106002. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106002>
- Freeman, S., & Cavusgil, S. T. (2007). Toward a typology of commitment states among managers of born-global firms: A study of accelerated internationalization. *Journal of International Marketing*, 15(4), 1-40. <https://doi.org/10.1509/jimk.15.4.1>
- Freeman, S., Deligonul, S., & Cavusgil, T. (2013). Strategic re-structuring by born-globals using outward and inward-oriented activity. *International Marketing Review*, 30(2), 156-182. <https://doi.org/10.1108/02651331311314574>
- Freeman, S., Edwards, R., & Schroder, B. (2006). How smaller born-global firms use networks and alliances to overcome constraints to rapid internationalization. *Journal of International Marketing*, 14(3), 33-63. <https://doi.org/10.1509/jimk.14.3.33>
- Freeman, S., Hutchings, K., & Chetty, S. (2012). Born-globals and culturally proximate markets. *Management International Review*, 52(3), 425-460. <https://doi.org/10.1007/s11575-011-0109-9>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2009.09.004>
- Freytag, A., & Thurik, R. (2007). Entrepreneurship and its determinants in a cross-country

- setting. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 117-131.
<https://doi.org/10.1007/s00191-006-0044-2>
- Fuentelsaz, L., González, C., & Maicas, J. P. (2019). Formal institutions and opportunity entrepreneurship: the contingent role of informal institutions. *BRQ Business Research Quarterly*, 22(1), 5-24. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2018.06.002>
- Fuentelsaz, L., González, C., Maicas, J. P., & Montero, J. (2015). How different formal institutions affect opportunity and necessity entrepreneurship. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(4), 246-258. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2015.02.001>
- Gabrielsson, M., Gabrielsson, P., & Dimitratos, P. (2014). International entrepreneurial culture and growth of international new ventures. *Management International Review*, 54(4), 445-471. <https://doi.org/10.1007/s11575-014-0213-8>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2008.02.015>
- Galende, J., & Suárez-González, I. (1999). A resource-based analysis of the factors determining a firm's R&D activities. *Research Policy*, 28(8), 891-905. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00029-3)
- Galindo-Martin, M., Méndez-Picazo, M. T., & Alfaro-Navarro, J. L. (2010). Entrepreneurship, income distribution and economic growth. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 131-141. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0142-3>
- Gao, G. Y., Murray, J. Y., Kotabe, M., & Lu, J. (2010). A “strategy tripod” perspective on export behaviors: Evidence from domestic and foreign firms based in an emerging economy. *Journal of International Business Studies*, 41(3), 377-396. <https://doi.org/10.1057/jibs.2009.27>
- García-Cabrera, A. M., García-Soto, M. G., & Suárez-Ortega, S. M. (2017). Macro-level

- spillovers and micro-level capabilities as antecedents of young SMEs' propensity to export and to become a born global. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1199-1220. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0451-x>
- García-Lillo, F., Claver-Cortés, E., Marco-Lajara, B., & Ubeda-Garcia, M. (2017). Mapping the intellectual structure of research on 'born global' firms and INVs: A citation/co-citation analysis. *Management International Review*, 57(4), 631-652. <https://doi.org/10.1007/s11575-016-0308-5>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.006>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2014.09.001>
- Ghura, H., Li, X., & Harraf, A. (2017). Moderating relationship of institutions for opportunity entrepreneurship and economic development. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 350-374. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-06-2017-0031>
- Gil-Barragan, J. M., Belso-Martínez, J. A., & Mas-Verdú, F. (2020). When do domestic networks cause accelerated internationalization under different decision-making logic? *European Business Review*, 32(2), 227-256. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0191>
- Gilbert, B. A., McDougall, P. P., & Audretsch, D. B. (2006). New venture growth: A review and extension. *Journal of Management*, 32(6), 926-950. <https://doi.org/10.1177/0149206306293860>
- Giotopoulos, I., Kontolaimou, A., & Tsakanikas, A. (2017a). Antecedents of growth-oriented entrepreneurship before and during the Greek economic crisis. *Journal of Small Business*

- and Enterprise Development*, 24(3), 528-544. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2017-0003>
- Giotopoulos, I., Kontolaimou, A., & Tsakanikas, A. (2017b). Drivers of high-quality entrepreneurship: What changes did the crisis bring about? *Small Business Economics*, 48(4), 913-930. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9814-x>
- Glaister, A. J., Liu, Y., Sahadev, S., & Gomes, E. (2014). Externalizing, internalizing and fostering commitment: The case of born-global firms in emerging economies. *Management International Review*, 54(4), 473-496. <https://doi.org/10.1007/s11575-014-0215-6>
- Golovko, E., & Valentini, G. (2011). Exploring the complementarity between innovation and export for SMEs' growth. *Journal of International Business Studies*, 42(3), 362-380. <https://doi.org/10.1057/jibs.2011.2>
- Gomes, E., Vendrell-Herrero, F., Mellahi, K., Angwin, D., & Sousa, C. M. (2018). Testing the self-selection theory in high corruption environments: Evidence from exporting African SMEs. *International Marketing Review*, 35(5), 733-759. <https://doi.org/10.1108/IMR-03-2017-0054>
- Grégoire, D. A., & Shepherd, D. A. (2012). Technology-market combinations and the identification of entrepreneurial opportunities: An investigation of the opportunity-individual nexus. *Academy of Management Journal*, 55(4), 753-785. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0126>
- Gruenhagen, J. H., Sawang, S., Gordon, S. R., & Davidsson, P. (2018). International experience, growth aspirations, and the internationalisation of new ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(3), 421-440. <https://doi.org/10.1007/s10843-018-0232-9>
- Guan, S., & Cheng, L. (2020). Does product complexity matter for firms' TFP? *Technological*

- Forecasting and Social Change*, 160, 120233.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120233>
- Guerrero, M., & Peña-Legazkue, I. (2019). Renaissance after post-mortem: The choice of accelerated repeat entrepreneurship. *Small Business Economics*, 52(1), 47-65.
<https://doi.org/10.1007/s11187-018-0015-7>
- Hagen, B., & Zucchella, A. (2014). Born global or born to run? the long-term growth of born global firms. *Management International Review*, 54(4), 497-525.
<https://doi.org/10.1007/s11575-014-0214-7>
- Haltiwanger, J., Jarmin, R. S., & Miranda, J. (2013). Who creates jobs? small versus large versus young. *Review of Economics and Statistics*, 95(2), 347-361.
https://doi.org/10.1162/rest_a_00288
- Hansen, D. J., Monllor, J., & Shrader, R. C. (2016). Identifying the elements of entrepreneurial opportunity constructs: Recognizing what scholars are really examining. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 17(4), 240-240.
<https://doi.org/10.1177/1465750316671471>
- Harms, R., & Schiele, H. (2012). Antecedents and consequences of effectuation and causation in the international new venture creation process. *Journal of International Entrepreneurship*, 10(2), 95-116. <https://doi.org/10.1007/s10843-012-0089-2>
- Harveston, P. D., Kedia, B. L., & Davis, P. S. (2000). Internationalization of born global and gradual globalizing firms: The impact of the manager. *Advances in Competitiveness Research*, 8(1), 92-99.
- Hashai, N. (2011). Sequencing the expansion of geographic scope and foreign operations by “born global” firms. *Journal of International Business Studies*, 42(8), 995-1015.
<https://doi.org/10.1057/jibs.2011.31>
- Haskell, N., Veilleux, S., & Béliveau, D. (2016). Functional and contextual dimensions of

- INVs' alliance partner selection. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(4), 483-512. <https://doi.org/10.1007/s10843-016-0190-z>
- He, Z., & Wong, P. (2004). Exploration vs. exploitation: An empirical test of the ambidexterity hypothesis. *Organization Science*, 15(4), 481-494. <https://doi.org/10.1287/orsc.1040.0078>
- Helpman, E., Melitz, M. J., & Yeaple, S. R. (2004). Export versus FDI with heterogeneous firms. *American Economic Review*, 94(1), 300-316. <https://doi.org/10.1257/000282804322970814>
- Henley, A. (2007). Entrepreneurial aspiration and transition into self-employment: Evidence from british longitudinal data. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3), 253-280. <https://doi.org/10.1080/08985620701223080>
- Hermans, J., Vanderstraeten, J., Van Witteloostuijn, A., Dejardin, M., Ramdani, D., & Stam, E. (2015). Ambitious entrepreneurship: A review of growth aspirations, intentions, and expectations. *Entrepreneurial growth: Individual, firm, and region* (pp. 127-160). Bingley, United Kingdom: Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1074-754020150000017011>
- Hessels, J., Grilo, I., Thurik, R., & van der Zwan, P. (2011). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement. *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3), 447-471. <https://doi.org/10.1007/s00191-010-0190-4>
- Hessels, J., & Naudé, W. (2019). The intersection of the fields of entrepreneurship and development economics: A review towards a new view. *Journal of Economic Surveys*, 33(2), 389-403. <https://doi.org/10.1111/joes.12286>
- Hessels, J., van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008a). Drivers of entrepreneurial aspirations at the country level: The role of start-up motivations and social security. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(4), 401-417. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0083-2>

- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008b). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9134-x>
- Hessels, J., & van Stel, A. (2011). Entrepreneurship, export orientation, and economic growth. *Small Business Economics*, 37(2), 255-268. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9233-3>
- Hidalgo, C. A., & Hausmann, R. (2009). The building blocks of economic complexity. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 106(26), 10570-10575. <https://doi.org/10.1073/pnas.0900943106>
- Holl, A. (2021). The regional environment and firms' commitment to innovation: Empirical evidence from Spain, 30(6), 565-584. <https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1730032>
- Holtbrügge, D., & Wessely, B. (2009). Initiating forces and success factors of born global firms. *European Journal of International Management*, 3(2), 232-260. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2009.024324>
- Hsieh, L., Child, J., Narooz, R., Elbanna, S., Karmowska, J., Marinova, S., . . . Zhang, Y. (2019). A multidimensional perspective of SME internationalization speed: The influence of entrepreneurial characteristics. *International Business Review*, 28(2), 268-283. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.09.004>
- Hsu, D. K., Wiklund, J., & Cotton, R. D. (2017). Success, failure, and entrepreneurial reentry: An experimental assessment of the veracity of Self-Efficacy and prospect theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 19-47. <https://doi.org/10.1111/etap.12166>
- Huang, J., Liu, L., & Lu, R. (2019). Industry risk taking and risk-taking strategy of born-global firms. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 12(1), 1-21. <https://doi.org/10.1108/APJBA-08-2019-0165>
- Hull, C. E., Tang, Z., Tang, J., & Yang, J. (2020). Information diversity and innovation for born-globals. *Asia Pacific Journal of Management*, 37, 1039-1060.

<https://doi.org/10.1007/s10490-019-09651-7>

- Hvide, H. K., & Panos, G. A. (2014). Risk tolerance and entrepreneurship. *Journal of Financial Economics*, *111*(1), 200-223. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2013.06.001>
- International Study Group on Exports and Productivity (ISGEP). (2008). Understanding cross-country differences in exporter premia: Comparable evidence for 14 countries. *Review of World Economics*, *144*(4), 596-635. https://doi.org/10.1142/9781786349699_0010
- Jafari-Sadeghi, V., Dutta, D. K., Ferraris, A., & Del Giudice, M. (2020). Internationalisation business processes in an under-supported policy contexts: Evidence from Italian SMEs. *Business Process Management Journal*, *26*(5), 1055-1074. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-03-2019-0141>
- Jensen, K. W., & Schøtt, T. (2015). Start-up firms' networks for innovation and export: Facilitated and constrained by entrepreneurs' networking in private and public spheres. *Social Network Analysis and Mining*, *5*, 48. <https://doi.org/10.1007/s13278-015-0287-8>
- Jiang, G., Kotabe, M., Zhang, F., Hao, A. W., Paul, J., & Wang, C. L. (2020). The determinants and performance of early internationalizing firms: A literature review and research agenda. *International Business Review*, *29*(4), 101662. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101662>
- Jiménez-Naharro, F., Palacín-Sánchez, M. J., Pérez-López, C., & Trujillo-Ponce, A. (2010). A financial analysis of born-global firms: Evidence from Spain. *Problems and Perspectives in Management*, *8*(3), 36-47.
- Johanson, J., & Vahlne, J. (1977). The internationalization process of the firm--A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, *8*(1), 23-32. <https://doi.org/10.1057%2Fpalgrave.jibs.8490676>
- Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm—four

- swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305-323.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1975.tb00514.x>
- Johanson, M., & Martín Martín, O. (2015). The incremental expansion of born internationals: A comparison of new and old born internationals. *International Business Review*, 24(3), 476-496. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2014.10.006>
- Jones, M. V., & Casulli, L. (2014). International entrepreneurship: Exploring the logic and utility of individual experience through comparative reasoning approaches. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 45-69. <https://doi.org/10.1111/etap.12060>
- Jones, M. V., Coviello, N. E., & Tang, Y. K. (2011). International entrepreneurship research (1989–2009): A domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26(6), 632-659. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.04.001>
- Kaczmarek, S., & Ruigrok, W. (2013). In at the deep end of firm internationalization. *Management International Review*, 53(4), 513-534. <https://doi.org/10.1007/s11575-012-0159-7>
- Kaufmann, D., Kraay, A., & Mastruzzi, M. (2011). The worldwide governance indicators: Methodology and analytical issues. *Hague Journal on the Rule of Law*, 3(2), 220-246. <https://doi.org/10.1017/S1876404511200046>
- Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2016). Global entrepreneurship monitor. *Global Report*, Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London NW1 4SA, UK, disponible en: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-2016-global-report>
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2018). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 14(3), 279-356. <https://doi.org/10.1561/03000000080>
- Khavul, S., Peterson, M., Mullens, D., & Rasheed, A. A. (2010). Going global with innovations

- from emerging economies: Investment in customer support capabilities pays off. *Journal of International Marketing*, 18(4), 22-42. <https://doi.org/10.1509/jimk.18.4.22>
- Kim, C. Y., Lim, M. S., & Yoo, J. W. (2019). Ambidexterity in external knowledge search strategies and innovation performance: Mediating role of balanced innovation and moderating role of absorptive capacity. *Sustainability*, 11(18), 5111. <https://doi.org/10.3390/su11185111>
- Kim, D., Basu, C., Naidu, G., & Cavusgil, E. (2011). The innovativeness of born-globals and customer orientation: Learning from Indian born-globals. *Journal of Business Research*, 64(8), 879-886. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.09.008>
- Kim, P. H., & Li, M. (2014). Seeking assurances when taking action: Legal systems, social trust, and starting businesses in emerging economies. *Organization Studies*, 35(3), 359-391. <https://doi.org/10.1177/0170840613499566>
- Kiss, A. N., Williams, D. W., & Houghton, S. M. (2013). Risk bias and the link between motivation and new venture post-entry international growth. *International Business Review*, 22(6), 1068-1078. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2013.02.007>
- Kiss, A. N., & Danis, W. M. (2008). Country institutional context, social networks, and new venture internationalization speed. *European Management Journal*, 26(6), 388-399. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2008.09.001>
- Klyver, K., Hindle, K., & Meyer, D. (2008). Influence of social network structure on entrepreneurship participation—A study of 20 national cultures. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 331-347. <https://doi.org/10.1007/s11365-007-0053-0>
- Knight, G. A. (1997). *Emerging paradigm for international marketing: The born global firm*.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124-141.

- <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400071>
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (1996). The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory. *Advances in International Marketing*, 8, 11-26.
- Knight, G. A., & Kim, D. (2009). International business competence and the contemporary firm. *Journal of International Business Studies*, 40(2), 255-273.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400397>
- Knight, G. A., Koed Madsen, T., & Servais, P. (2004). An inquiry into born-global firms in Europe and the USA. *International Marketing Review*, 21(6), 645-665.
<https://doi.org/10.1108/02651330410568060>
- Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2016). Internationalization: From incremental to born global. *Journal of World Business*, 51(1), 93-102. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2015.08.011>
- Kollmann, T., Stöckmann, C., & Kensbock, J. M. (2017). Fear of failure as a mediator of the relationship between obstacles and nascent entrepreneurial activity—An experimental approach. *Journal of Business Venturing*, 32(3), 280.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.02.002>
- Kotler, P., Manrai, L. A., Lascu, D., & Manrai, A. K. (2019). Influence of country and company characteristics on international business decisions: A review, conceptual model, and propositions. *International Business Review*, 28(3), 482-498.
<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.11.006>
- Krammer, S. M. S., Strange, R., & Lashitew, A. (2018). The export performance of emerging economy firms: The influence of firm capabilities and institutional environments. *International Business Review*, 27(1), 218-230.
<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.07.003>
- Kraus, S., Niemand, T., Angelsberger, M., Mas-Tur, A., & Roig-Tierno, N. (2017). Antecedents of international opportunity recognition in born global firms. *Journal of Promotion*

- Management*, 23(3), 386-406. <https://doi.org/10.1080/10496491.2017.1294869>
- Krueger, N. F. (2007). What lies beneath? the experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 123-138. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00166.x>
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Kuckertz, A., Kollmann, T., Krell, P., & Stöckmann, C. (2017). Understanding, differentiating, and measuring opportunity recognition and opportunity exploitation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(1), 78-97. <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2015-0290>
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S., Saarenketo, S., & McNaughton, R. (2012). Internationalization patterns of small and medium-sized enterprises. *International Marketing Review*, 29(5), 448-465. <https://doi.org/10.1108/02651331211260331>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.010>
- Kundu, S. K., & Katz, J. A. (2003). Born-international SMEs: BI-level impacts of resources and intentions. *Small Business Economics*, 20(1), 25-47. <https://doi.org/10.1023/A:1020292320170>
- Kungwansupaphan, C., & Siengthai, S. (2014). Exploring entrepreneurs' human capital components and effects on learning orientation in early internationalizing firms. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 561-587. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0237-0>
- Kyläheiko, K., Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S., & Tuppurä, A. (2011).

- Innovation and internationalization as growth strategies: The role of technological capabilities and appropriability. *International Business Review*, 20(5), 508-520. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2010.09.004>
- Lafuente, E. M., Stoian, M., & Rialp, J. (2015). From export entry to de-internationalisation through entrepreneurial attributes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(1), 21-37. <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2012-0101>
- Lamotte, O., & Colovic, A. (2013). Innovation and internationalization of young entrepreneurial firms. *Management International*, 18(1), 87-103. <https://doi.org/10.7202/1022222ar>
- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00177.x>
- Laurell, H., Achtenhagen, L., & Andersson, S. (2017). The changing role of network ties and critical capabilities in an international new venture's early development. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), 113-140. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0398-3>
- Lecuna, A., Cohen, B., & Chavez, R. (2017). Characteristics of high-growth entrepreneurs in latin america. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), 141-159. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0402-y>
- Lee, C. K., Cottle, G. W., Simmons, S. A., & Wiklund, J. (2021). Fear not, want not: Untangling the effects of social cost of failure on high-growth entrepreneurship. *Small Business Economics*, 57(1), 531-553. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00324-0>
- Lee, I. H., Paik, Y., & Uygur, U. (2016). Does gender matter in the export performance of international new ventures? mediation effects of firm-specific and country-specific advantages. *Journal of International Management*, 22(4), 365-379.

<https://doi.org/10.1016/j.intman.2016.05.004>

Lee, S., & Weng, D. H. (2013). Does bribery in the home country promote or dampen firm exports? *Strategic Management Journal*, 34(12), 1472-1487.

<https://doi.org/10.1002/smj.2075>

Lee, W., & Brasch, J. J. (1978). The adoption of export as an innovative strategy. *Journal of International Business Studies*, 9(1), 85-93. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490653>

Lévesque, M., & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177-194. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.04.003>

Lewellyn, K. B., & Bao, S. R. (2017). The role of national culture and corruption on managing earnings around the world. *Journal of World Business*, 52(6), 798-808.

<https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.07.002>

Li, L., Qian, G., & Qian, Z. (2015). Speed of internationalization: Mutual effects of individual- and company-level antecedents. *Global Strategy Journal*, 5(4), 303-320.

<https://doi.org/10.1002/gsj.1103>

Li, T. (2018). Internationalisation and its determinants: A hierarchical approach. *International Business Review*, 27(4), 867-876. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.01.009>

Li, Y., Huang, S. S., & Song, L. (2020). Opportunity and necessity entrepreneurship in the hospitality sector: Examining the institutional environment influences. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100665. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100665>

Lin, S., Mercier-Suissa, C., & Salloum, C. (2016). The Chinese born globals of the Zhejiang province: A study on the key factors for their rapid internationalization. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(1), 75-95. <https://doi.org/10.1007/s10843-016-0174-z>

Liñán, F., & Fernández-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: Different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 42(4), 685-701. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9520-x>

Liñán, F., & Fernández-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: Different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 42(4), 685-701. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9520-x>

- Loane, S., Bell, J. D., & McNaughton, R. (2007). A cross-national study on the impact of management teams on the rapid internationalization of small firms. *Journal of World Business, 42*(4), 489-504. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.06.009>
- Loane, S., & Bell, J. (2006). Rapid internationalisation among entrepreneurial firms in Australia, Canada, Ireland and New Zealand. *International Marketing Review, 23*(5), 467-485. <https://doi.org/10.1108/02651330610703409>
- Lopez, L. E., Kundu, S. K., & Ciravegna, L. (2009). Born global or born regional? evidence from an exploratory study in the Costa Rican software industry. *Journal of International Business Studies, 40*(7), 1228-1238. <https://doi.org/10.1057/jibs.2008.69>
- Love, J. H., Roper, S., & Zhou, Y. (2016). Experience, age and exporting performance in UK SMEs. *International Business Review, 25*(4), 806-819. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.10.001>
- Lu, R., Lu, Q., Lv, D., Huang, Y., Li, S., Jian, Z., & Reve, T. (2020). The evolution process of entrepreneurship studies in the 21st century: Research insights from top business and economics journals. *Journal of Economic Surveys, 34*(4), 922-951. <https://doi.org/10.1111/joes.12365>
- Luostarinen, R., & Gabrielsson, M. (2006). Globalization and marketing strategies of born globals in SMOPECs. *Thunderbird International Business Review, 48*(6), 773-801. <https://doi.org/10.1002/tie.20122>
- Ma, J., & Todorovic, Z. W. (2012). Understanding the role of entrepreneurial quality and national culture on the economic development. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 16*(3), 299-313. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2012.047437>
- Madsen, T. K. (2013). Early and rapidly internationalizing ventures: Similarities and differences between classifications based on the original international new venture and born global literatures. *Journal of International Entrepreneurship, 11*(1), 65-79.

<https://doi.org/10.1007/s10843-012-0099-0>

Madsen, T. K., Rasmussen, E., & Servais, P. (2000). Differences and similarities between born globals and other types of exporters. *Globalization, the multinational firm, and emerging economies* (pp. 247-265). Bingley, United Kingdom: Emerald Group Publishing Limited.
[https://doi.org/10.1016/S1474-7979\(00\)10013-4](https://doi.org/10.1016/S1474-7979(00)10013-4)

Madsen, T. K., & Servais, P. (1997). The internationalization of born globals: An evolutionary process? *International Business Review*, 6(6), 561-583. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(97\)00032-2](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(97)00032-2)

Mainela, T., Puhakka, V., & Servais, P. (2014). The concept of international opportunity in international entrepreneurship: A review and a research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 16(1), 105-129. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12011>

Manolova, T. S., Eunni, R. V., & Gyoshev, B. S. (2008). Institutional environments for entrepreneurship: Evidence from emerging economies in Eastern Europe. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(1), 203-218. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00222.x>

Manolova, T. S., Manev, I. M., & Gyoshev, B. S. (2010). In good company: The role of personal and inter-firm networks for new-venture internationalization in a transition economy. *Journal of World Business*, 45(3), 257-265. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2009.09.004>

Manolova, T. S., Manev, I. M., & Gyoshev, B. S. (2014). Friends with money? Owner's financial network and new venture internationalization in a transition economy. *International Small Business Journal*, 32(8), 944-966.
<https://doi.org/10.1177/0266242613482482>

Marano, V., Arregle, J., Hitt, M. A., Spadafora, E., & van Essen, M. (2016). Home country institutions and the internationalization-performance relationship: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 42(5), 1075-1110. <https://doi.org/10.1177/0149206315624963>

- March, J. G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*, 2(1), 71-87. <https://doi.org/10.1287/orsc.2.1.71>
- Martin, S. L., & Javalgi, R. R. G. (2018). Epistemological foundations of international entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(3), 1-10. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0517-4>
- Martin, S. L., & Javalgi, R. R. G. (2019). Explaining performance determinants: A knowledge based view of international new ventures. *Journal of Business Research*, 101, 615-626. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.041>
- Martin, S. L., Javalgi, R. R. G., & Ciravegna, L. (2018). Service advantage built on service capabilities: An empirical inquiry of international new ventures. *Journal of Business Research*, 88, 371-381. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.024>
- Martin, S. L., Javalgi, R. G., & Cavusgil, E. (2017). Marketing capabilities, positional advantage, and performance of born global firms: Contingent effect of ambidextrous innovation. *International Business Review*, 26(3), 527-543. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.11.006>
- Martín-Marcos, A., & Jaumandreu, J. (2004). Entry, exit and productivity growth: Spanish manufacturing during the eighties. *Spanish Economic Review*, 6(3), 211-226. <https://doi.org/10.1007/s10108-004-0079-1>
- McCormick, M., & Somaya, D. (2020). Born globals from emerging economies: Reconciling early exporting with theories of internationalization. *Global Strategy Journal*, 10(2), 251-281. <https://doi.org/10.1002/gsj.1368>
- McDougall, P. P. (1989). International versus domestic entrepreneurship: New venture strategic behavior and industry structure. *Journal of Business Venturing*, 4(6), 387-400. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(89\)90009-8](https://doi.org/10.1016/0883-9026(89)90009-8)
- McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (1996). New venture internationalization, strategic change,

- and performance: A follow-up study. *Journal of Business Venturing*, 11(1), 23-40.
[https://doi.org/10.1016/0883-9026\(95\)00081-X](https://doi.org/10.1016/0883-9026(95)00081-X)
- McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2000). International entrepreneurship: The intersection of two research paths. *The Academy of Management Journal*, 43(5), 902-906.
<https://doi.org/10.2307/1556418>
- McDougall, P. P., Oviatt, B. M., & Shrader, R. C. (2003). A comparison of international and domestic new ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 1(1), 59-82.
<https://doi.org/10.1023/A:1023246622972>
- McDougall, P. P., Shane, S., & Oviatt, B. M. (1994). Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research. *Journal of Business Venturing*, 9(6), 469-487. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90017-5](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90017-5)
- Middermann, L. H., & Rashid, L. (2019). Cross-country differences in entrepreneurial internationalization tendencies: Evidence from Germany and Pakistan. *Administrative Sciences*, 9(3), 54. <https://doi.org/10.3390/admsci9030054>
- Milanov, H., & Fernhaber, S. A. (2014). When do domestic alliances help ventures abroad? direct and moderating effects from a learning perspective. *Journal of Business Venturing*, 29(3), 377-391. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.05.004>
- Milanzi, M. A. (2012). Export barrier perceptions in Tanzania: The influence of social networks. *Journal of African Business*, 13(1), 29-39.
<https://doi.org/10.1080/15228916.2012.657941>
- Moen, Ø. (2002). The born globals: A new generation of small European exporters. *International Marketing Review*, 19(2), 156-175.
<https://doi.org/10.1108/02651330210425015>
- Moen, Ø., & Servais, P. (2002). Born global or gradual global? examining the export behavior of small and medium-sized enterprises. *Journal of International Marketing*, 10(3), 49-72.

<https://doi.org/10.1509/jimk.10.3.49.19540>

- Mohamadi, A., Peltonen, J., & Wincent, J. (2017). Government efficiency and corruption: A country-level study with implications for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 50-55. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.06.002>
- Monferrer, D., Blesa, A., & Ripollés, M. (2015). Born globals through knowledge-based dynamic capabilities and network market orientation. *Business Research Quarterly*, 18(1), 18-36. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2014.04.001>
- Monreal-Pérez, J., Aragón-Sánchez, A., & Sánchez-Marín, G. (2015). Do export markets select the most innovative producers? the moderating role of productivity. *International Journal of Innovation Management*, 19(02), 1550030. <https://doi.org/10.1142/S1363919615500309>
- Morgan, J., & Sisak, D. (2016). Aspiring to succeed: A model of entrepreneurship and fear of failure. *Journal of Business Venturing*, 31(1), 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.09.002>
- Mostafiz, M. I., Sambasivan, M., & Goh, S. K. (in press). Born global phenomenon: A critical review and avenues for future research. *European Journal of International Management*, <https://doi.org/10.1504/EJIM.2020.10022506>
- Muñoz-Bullón, F., Sánchez-Bueno, M. J., & Vos-Saz, A. (2015). Nascent entrepreneurs' personality attributes and the international dimension of new ventures. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(3), 473-492. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0284-1>
- Muralidharan, E., & Pathak, S. (2017). Informal institutions and international entrepreneurship. *International Business Review*, 26(2), 288-302. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.07.006>
- Musteen, M., Francis, J., & Datta, D. K. (2010). The influence of international networks on

- internationalization speed and performance: A study of Czech SMEs. *Journal of World Business*, 45(3), 197-205. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2009.12.003>
- Navarro-García, A. (2016). Drivers of export entrepreneurship. *International Business Review*, 25(1), 244-254. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.05.007>
- Nguyen, T. D. (2020). Does firm growth increase corruption? evidence from an instrumental variable approach. *Small Business Economics*, 55(1), 237-256. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00160-x>
- Nicholls-Nixon, C., Davila Castilla, J. A., Sanchez Garcia, J., & Rivera Pesquera, M. (2011). Latin America management research: Review, synthesis, and extension. *Journal of Management*, 37(4), 1178-1227. <https://doi.org/10.1177/0149206311403151>
- Nicolás-Martínez, C., & Rubio-Bañón, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53-66. <https://doi.org/10.26784/sbir.v4i2.279>
- Nikolaev, B. N., Boudreaux, C. J., & Palich, L. (2018). Cross-country determinants of early-stage necessity and opportunity-motivated entrepreneurship: Accounting for model uncertainty. *Journal of Small Business Management*, 56, 243-280. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12400>
- Nissan, E., Carrasco, I., & Castaño, M. (2012). Women entrepreneurship, innovation, and internationalization. In M. A. Galindo, & D. Ribeiro (Eds.), *Women's entrepreneurship and economics. New perspectives, practices, and policies* (pp. 125-142). New York: Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-1293-9_9
- Nissan, E., Martín, M. G., & Picazo, M. M. (2011). Relationship between organizations, institutions, entrepreneurship and economic growth process. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(3), 311-324. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0191-2>

- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.11.014>
- Nowiński, W., & Rialp, A. (2016). The impact of social networks on perceptions of international opportunities. *Journal of Small Business Management, 54*(2), 445-461. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12149>
- Nummela, N., Saarenketo, S., Jokela, P., & Loane, S. (2014). Strategic decision-making of a born global: A comparative study from three small open economies. *Management International Review, 54*(4), 527-550. <https://doi.org/10.1007/s11575-014-0211-x>
- Nuruzzaman, N., Singh, D., & Gaur, A. S. (2020). Institutional support, hazards, and internationalization of emerging market firms. *Global Strategy Journal, 10*(2), 361-385. <https://doi.org/10.1002/gsj.1365>
- Nyström, K. (2008). The institutions of economic freedom and entrepreneurship: Evidence from panel data. *Public Choice, 136*(3), 269-282. <https://doi.org/10.1007/s11127-008-9295-9>
- OCDE. (2013). *Fostering SMEs' participation in Global Markets: Final report*. Unpublished manuscript. Fecha de acceso 18 de septiembre de 2019, recuperado de [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=CFE/SME\(2012\)6/FINAL&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=CFE/SME(2012)6/FINAL&docLanguage=En)
- Odorici, V., & Presutti, M. (2013). The entrepreneurial experience and strategic orientation of high-tech born global start-ups: An analysis of novice and habitual entrepreneurs. *Journal of International Entrepreneurship, 11*(3), 268-291. <https://doi.org/10.1007/s10843-013-0112-2>
- Omri, A. (2020). Formal versus informal entrepreneurship in emerging economies: The roles of governance and the financial sector. *Journal of Business Research, 108*, 277-290.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.027>

Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45-64.

<https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490193>

Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 537-554. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00097.x>

Oviatt, B. M., Shrader, R. C., & McDougall, P. P. (2004). The internationalization of new ventures: A risk management model. " *Theories of the multinational enterprise: Diversity, complexity and relevance*" (pp. 165-185) Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1016/S0747-7929\(04\)16009-5](https://doi.org/10.1016/S0747-7929(04)16009-5)

Øyna, S., & Alon, I. (2018). A review of born globals. *International Studies of Management & Organization*, 48(2), 157-180. <https://doi.org/10.1080/00208825.2018.1443737>

Oyson, M. J., & Whittaker, H. (2015). Entrepreneurial cognition and behavior in the discovery and creation of international opportunities. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(3), 303-336. <https://doi.org/10.1007/s10843-015-0156-6>

Padmaja, M., & Sasidharan, S. (2017). Sunk costs, firm heterogeneity, export market entry and exit: Evidence from India. *Journal of Quantitative Economics*, 15(2), 367-393. <https://doi.org/10.1007/s40953-016-0056-1>

Park, T., & Rhee, J. (2012). Antecedents of knowledge competency and performance in born globals. *Management Decision*, 50(8), 1361-1381. <https://doi.org/10.1108/00251741211261971>

Pathak, S., Muralidharan, E., & Laplume, A. (2014). Home country factors and the decision to internationalize technology-based new ventures: A multi-level study of early-stage entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 34(19), 1.

- Patti, D. M. A., Mudambi, R., Navarra, P., & Baglieri, D. (2016). A tale of soil and seeds: The external environment and entrepreneurial entry. *Small Business Economics*, 47(4), 955-980. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9744-7>
- Paul, J., Parthasarathy, S., & Gupta, P. (2017a). Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda. *Journal of World Business*, 52(3), 327-342. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.01.003>
- Paul, J., & Rosado-Serrano, A. (2019). Gradual internationalization vs born-Global/International new venture models. *International Marketing Review*, 36(6), 830-858. <https://doi.org/10.1108/IMR-10-2018-0280>
- Paul, J., Hermel, P., & Srivastava, A. (2017b). Entrepreneurial intentions—theory and evidence from Asia, America, and Europe. *Journal of International Entrepreneurship*, 15(3), 324-351. <https://doi.org/10.1007/s10843-017-0208-1>
- Pawęta, E. (2015). Entrepreneur-related constructs explaining the emergence of born global firms: A systematic literature review. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(4), 11-36. <https://doi.org/10.15678/EBER.2015.030402>
- Pawitan, G., Nawangpalupi, C. B., & Widayarni, M. (2017). Understanding the relationship between entrepreneurial spirit and global competitiveness: Implications for Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 18(S2), 261.
- Peiris, I. K., Akoorie, M. E., & Sinha, P. (2012). International entrepreneurship: A critical analysis of studies in the past two decades and future directions for research. *Journal of International Entrepreneurship*, 10(4), 279-324. <https://doi.org/10.1007/s10843-012-0096-3>
- Perényi, Á., & Losoncz, M. (2018). A systematic review of international entrepreneurship special issue articles. *Sustainability*, 10(10), 3476. <https://doi.org/10.3390/su10103476>
- Pidduck, R. J., Shaffer, M. A., Zhang, Y., & Clark, D. R. (in press). Unpacking the emergence

- of born global founders: A careers perspective. *Journal of Small Business Management*.
<https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1816432>
- Pinillos, M., & Reyes, L. (2011). Relationship between individualist–collectivist culture and entrepreneurial activity: Evidence from global entrepreneurship monitor data. *Small Business Economics*, 37(1), 23-37. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9230-6>
- Poblete, C. (2018). Growth expectations through innovative entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 191-213.
<https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2017-0083>
- Poggesi, S., Mari, M., & De Vita, L. (2016). What's new in female entrepreneurship research? answers from the literature. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 735-764. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0364-5>
- Prashantham, S., & Young, S. (2011). Post–Entry speed of international new ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 275-292. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00360.x>
- Prashantham, S., & Birkinshaw, J. (2015). Choose your friends carefully: Home-country ties and new venture internationalization. *Management International Review*, 55(2), 207-234.
<https://doi.org/10.1007/s11575-015-0244-9>
- Prieto-Sánchez, C. J., & Merino, F. (in press). The role of the entrepreneur's characteristics to be a born global firm. *European Journal of International Management*.
<https://doi.org/10.1504/EJIM.2021.10032390>
- Prieto-Sánchez, C. J., & Merino, F. (2021). Incidence of cultural, economic, and environmental factors in the emergence of born-global companies in Latin America. *Global Strategy Journal*. <https://doi.org/10.1002/gsj.1398>
- Puente, R., González Espitia, C. G., & Cervilla, M. A. (2019). Necessity entrepreneurship in Latin America: It's not that simple. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(9-10),

- 953-983. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1650294>
- Qi, G., Zou, H., Xie, X., Meng, X., Fan, T., & Cao, Y. (2020). Obedience or escape: Examining the contingency influences of corruption on firm exports. *Journal of Business Research*, *106*, 261-272. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.09.004>
- Raghutla, C. (2020). The effect of trade openness on economic growth: Some empirical evidence from emerging market economies. *Journal of Public Affairs*, *20*(3), e2081. <https://doi.org/10.1002/pa.2081>
- Rasmussen, E. S., Madsen, T. K., & Servais, P. (2012). On the foundation and early development of domestic and international new ventures. *Journal of Management & Governance*, *16*(4), 543-556. <https://doi.org/10.1007/s10997-010-9162-1>
- Ratten, V., Ferreira, J., & Fernandes, C. (2016). Entrepreneurial and network knowledge in emerging economies: A study of the global entrepreneurship monitor. *Review of International Business and Strategy*, *26*(3), 392-409. <https://doi.org/10.1108/RIBS-11-2015-0076>
- Raza, A., Muffatto, M., & Saeed, S. (2019). The influence of formal institutions on the relationship between entrepreneurial readiness and entrepreneurial behaviour: A cross-country analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *26*(1), 133. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2018-0014>
- Rennie, M. W. (1993). Born global. *The McKinsey Quarterly*, (4), 45-53.
- Reynolds, P. D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., . . . Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, *24*(3), 205-231. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1980-1>
- Rialp, A., Rialp, J., & Knight, G. A. (2005a). The phenomenon of early internationalizing firms: What do we know after a decade (1993–2003) of scientific inquiry? *International Business Review*, *14*(2), 147-166. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.04.006>

- Rialp, A., Rialp, J., & Knight, G. A. (2015). International entrepreneurship: A review and future directions. In S. A. Fernhaber, & S. Prashantham (Eds.), *The routledge companion to international entrepreneurship* (pp. 7-28). New York: Routledge.
- Rialp, A., Rialp, J., Urbano, D., & Vaillant, Y. (2005b). The born-global phenomenon: A comparative case study research. *Journal of International Entrepreneurship*, 3(2), 133-171. <https://doi.org/10.1007/s10843-005-4202-7>
- Rialp, A., & Rialp, J. (2007). Faster and more successful exporters: An exploratory study of born global firms from the resource-based view. *Journal of Euromarketing*, 16(1-2), 71-86. https://doi.org/10.1300/J037v16n01_06
- Ribeiro, J., Figueiredo, A., & Forte, R. (2020). Export promotion programs: Differences between advanced and emerging economies. *Journal of East-West Business*, 26(3), 213-234. <https://doi.org/10.1080/10669868.2019.1704338>
- Ribeiro-Cahen, F., De Miranda-Oliveira, M., & Mendes-Borini, F. (2017). The internationalisation of new technology-based firms from emerging markets. *International Journal of Technology Management*, 74(1-4), 23-44. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2017.083607>
- Ripollés, M., & Blesa, A. (2017). Entry mode choices in the international new ventures context. A study from different theoretical perspectives. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(2), 465-485. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0410-y>
- Rodil, Ó., Vence, X., & Sánchez, M. d. C. (2016). The relationship between innovation and export behaviour: The case of Galician firms. *Technological Forecasting and Social Change*, 113, 248-265. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.09.002>
- Rodríguez-Ruiz, F., Almodóvar, P., & Nguyen, Q. T. (2019). Intellectual structure of international new venture research: A bibliometric analysis and suggestions for a future research agenda. *Multinational Business Review*, 27(4), 285-316.

- <https://doi.org/10.1108/MBR-01-2018-0003>
- Rodríguez-Serrano, M. Á., & Martín-Armario, E. (2019). Born-global SMEs, performance, and dynamic absorptive capacity: Evidence from Spanish firms. *Journal of Small Business Management*, 57(2), 298-326. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12319>
- Romanello, R., & Chiarvesio, M. (2019). Early internationalizing firms: 2004–2018. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(2), 172-219. <https://doi.org/10.1007/s10843-018-0241-8>
- Romanello, R., Karami, M., Gerschewski, S., Evers, N., & Xiao, C. H. (2020). International opportunity discovery of born global firms: The role of institutions. *Proceedings*, 2020(1), 20660. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2020.20660abstract>
- Rubio-Bañón, A., Esteban-Lloret, N., & Aragón-Sánchez, A. (2017). How distinct is social entrepreneurship from commercial entrepreneurship? *Exploring the entrepreneurial society: Institutions, behaviors and outcomes* (pp. 231-244) Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781783472666.00028>
- Ruzzier, M., & Ruzzier, M. K. (2015). On the relationship between firm size, resources, age at entry and internationalization: The case of Slovenian SMEs. *Journal of Business Economics and Management*, 16(1), 52-73. <https://doi.org/10.3846/16111699.2012.745812>
- Saeed, A., & Ziaulhaq, H. M. (2019). The impact of CEO characteristics on the internationalization of SMEs: Evidence from the UK. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 36(3), 322-335. <https://doi.org/10.1002/cjas.1497>
- Santhosh, C. (2019). Impact of determinants on early internationalization. *Journal of Engineering, Design and Technology*, 17(5), 1018-1034. <https://doi.org/10.1108/JEDT-01-2019-0001>

- Saridakis, G., Idris, B., Hansen, J. M., & Dana, L. P. (2019). SMEs' internationalisation: When does innovation matter? *Journal of Business Research*, 96, 250-263. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.001>
- Sarin, V., Mahapatra, S. K., & Sood, N. (in press). Export diversification and economic growth: A review and future research agenda. *Journal of Public Affairs*. <https://doi.org/10.1002/pa.2524>
- Schillo, R. S., Persaud, A., & Jin, M. (2016). Entrepreneurial readiness in the context of national systems of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 46(4), 619-637. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9709-x>
- Schwens, C., & Kabst, R. (2009). How early opposed to late internationalizers learn: Experience of others and paradigms of interpretation. *International Business Review*, 18(5), 522; 509-522. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2009.06.001>
- Schwens, C., Zapkau, F. B., Bierwerth, M., Isidor, R., Knight, G. A., & Kabst, R. (2018). International entrepreneurship: A Meta-Analysis on the internationalization and performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(5), 734-768. <https://doi.org/10.1177/1042258718795346>
- Scott, W. R. (2013). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2013.01.001>
- Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141-149. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9215-5>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

- <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Sharma, D. D., & Blomstermo, A. (2003). The internationalization process of born globals: A network view. *International Business Review*, 12(6), 739-753. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2003.05.002>
- Shepherd, N. G., & Rudd, J. M. (2014). The influence of context on the strategic decision-making process: A review of the literature. *International Journal of Management Reviews*, 16(3), 340-364. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12023>
- Singh, G., Pathak R.D., & Rafia, N. (2010). Issues faced by SMEs in the internationalization process: Results from Fiji and Samoa. *International Journal of Emerging Markets*, 5(2), 153-182. <https://doi.org/10.1108/17468801011031801>
- Sleuwaegen, L., & Onkelinx, J. (2014). International commitment, post-entry growth and survival of international new ventures. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 106-120. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.001>
- Sousa, C. M., Martínez-López, F. J., & Filipe, C. (2008). The determinants of export performance: A review of the research in the literature between 1998 and 2005. *International Journal of Management Reviews*, 10(4), 343-374. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2008.00232.x>
- Spence, M., Orser, B., & Riding, A. (2011). A comparative study of international and domestic new ventures. *Management International Review*, 51(1), 3-21. <https://doi.org/10.1007/s11575-010-0065-9>
- Stenholm, P., Acs, Z. J., & Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 28(1), 176-193. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.002>
- Stephan, U., Uhlaner, L. M., & Stride, C. (2015). Institutions and social entrepreneurship: The role of institutional voids, institutional support, and institutional configurations. *Journal of*

- International Business Studies*, 46(3), 308-331. <https://doi.org/10.1057/jibs.2014.38>
- Stuetzer, M., Obschonka, M., Brixy, U., Sternberg, R., & Cantner, U. (2014). Regional characteristics, opportunity perception and entrepreneurial activities. *Small Business Economics*, 42(2), 221-244. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9488-6>
- Suddaby, R., Bruton, G. D., & Si, S. X. (2015). Entrepreneurship through a qualitative lens: Insights on the construction and/or discovery of entrepreneurial opportunity. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.09.003>
- Sui, S., & Baum, M. (2014). Internationalization strategy, firm resources and the survival of SMEs in the export market. *Journal of International Business Studies*, 45(7), 821-841. <https://doi.org/10.1057/jibs.2014.11>
- Sui, S., Yu, Z., & Baum, M. (2012). Prevalence and longitudinal trends of early internationalisation patterns among Canadian SMEs. *International Marketing Review*, 29(5), 519-535. <https://doi.org/10.1108/02651331211260368>
- Sultan, P., & Wong, H. Y. (2011). The success of born global firms: A conceptual model. *Journal for Global Business Advancement*, 4(3), 224-241. <https://doi.org/10.1504/JGBA.2011.043276>
- Szerb, L., Lafuente, E., Horváth, K., & Páger, B. (2019). The relevance of quantity and quality entrepreneurship for regional performance: The moderating role of the entrepreneurial ecosystem. *Regional Studies*, 53(9), 1308-1320. <https://doi.org/10.1080/00343404.2018.1510481>
- Tabares, A., Alvarez, C., & Urbano, D. (2015). Born globals from the resource-based theory: A case study in Colombia. *Journal of Technology Management & Innovation*, 10(2), 155-165. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242015000200011>
- Tabares, A., Chandra, Y., Alvarez, C., & Escobar-Sierra, M. (2021). Opportunity-related behaviors in international entrepreneurship research: A multilevel analysis of antecedents,

- processes, and outcomes. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(1), 321-368. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00636-3>
- Taylor, M., & Jack, R. (2013). Understanding the pace, scale and pattern of firm internationalization: An extension of the 'born global' concept. *International Small Business Journal*, 31(6), 701-721. <https://doi.org/10.1177/0266242611431992>
- Taylor, M., & Jack, R. (2016). Born global firm internationalisation: The influence of industry factors. *Contemporary Management Research*, 12(3), 289-308. <https://doi.org/10.7903/cmr.14892>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- Terjesen, S., Hessels, J., & Li, D. (2016). Comparative international entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of Management*, 42(1), 299-344. <https://doi.org/10.1177/0149206313486259>
- Terjesen, S., & Szerb, L. (2008). Dice thrown from the beginning? an empirical investigation of determinants of firm level growth expectations. *Estudios De Economía*, 35(2), 153-178. <https://doi.org/10419/66722>
- Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2), 105-118. <https://doi.org/10.1177/0266242610391930>
- Tiwari, S. K., & Korneliussen, T. (2018). Exporting by experiential knowledge: A study of emerging market micro firms. *International Marketing Review*, 35(5), 833-849. <https://doi.org/10.1108/IMR-01-2016-0002>
- Torkkeli, L., Kuivalainen, O., Saarenketo, S., & Puumalainen, K. (2019). Institutional environment and network competence in successful SME internationalisation.

- International Marketing Review*, 36(1), 31-55. <https://doi.org/10.1108/IMR-03-2017-0057>
- Tunyi, A. A., & Ntim, C. G. (2016). Location advantages, governance quality, stock market development and firm characteristics as antecedents of African M&As. *Journal of International Management*, 22(2), 147-167. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2016.01.005>
- Turró, A., Alvarez, C., & Urbano, D. (2016). Intrapreneurship in the Spanish context: A regional analysis. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(5-6), 380-402. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1162850>
- Ughetto, E. (2016). Growth of born globals: The role of the entrepreneur's personal factors and venture capital. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 839-857. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0368-1>
- Urbano, D., & Alvarez, C. (2014). Institutional dimensions and entrepreneurial activity: An international study. *Small Business Economics*, 42(4), 703-716. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9523-7>
- Urbano, D., Aparicio, S., & Audretsch, D. B. (2019a). The effect of entrepreneurial activity on economic growth. *Institutions, entrepreneurship, and economic performance* (pp. 85-106). Cham, Switzerland: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-13373-3_4
- Urbano, D., Aparicio, S., & Audretsch, D. B. (2019b). Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: What has been learned? *Small Business Economics*, 53(1), 21-49. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0038-0>
- Urbano, D., Audretsch, D. B., Aparicio, S., & Noguera, M. (2020). Does entrepreneurial activity matter for economic growth in developing countries? the role of the institutional environment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16, 1065-1099. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00621-5>
- Valdez, M. E., & Richardson, J. (2013). Institutional determinants of Macro-Level entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(5), 1149-1175.

<https://doi.org/10.1111/etap.12000>

Valerio, A., Parton, B., & Robb, A. (2014). *Entrepreneurship education and training programs around the world: Dimensions for success*. Washington, DC: World Bank.

<https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0202-7>

van der Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I., & Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6(3), 273-295. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0065-1>

Varma, S., Nayyar, R., & Bansal, V. (2016). What drives precocity? A study of Indian technology-intensive firms. *Journal of East-West Business*, 22(4), 242-269.

<https://doi.org/10.1080/10669868.2016.1217724>

Vassolo, R. S., De Castro, J. O., & Gomez-Mejia, L. (2011). Managing in Latin America: Common issues and a research agenda. *Academy of Management Perspectives*, 25(4), 22-36. <https://doi.org/10.5465/amp.2011.0129>

Velez-Calle, A., Sanchez-Henríquez, F., & Contractor, F. (2018). Internationalization and performance: The role of depth and breadth. *Academia Revista Latinoamericana De Administración*, 31(1), 91-104. <https://doi.org/10.1108/ARLA-04-2017-0125>

Vendrell-Herrero, F., Gomes, E., Mellahi, K., & Child, J. (2017). Building international business bridges in geographically isolated areas: The role of foreign market focus and outward looking competences in Latin American SMEs. *Journal of World Business*, 52(4), 489-502. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2016.08.007>

Verbeke, A., & Ciravegna, L. (2018). International entrepreneurship research versus international business research: A false dichotomy? *Journal of International Business Studies*, 49(4), 387-394. <https://doi.org/10.1057/s41267-018-0154-8>

Verheul, I., & van Mil, L. (2011). What determines the growth ambition of Dutch early-stage entrepreneurs? *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2), 183-207.

<https://doi.org/10.1504/IJEV.2011.039340>

Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190-207.

Vodă, A. I., Butnaru, G. I., & Butnaru, R. C. (2020). Enablers of entrepreneurial activity across the European Union—An analysis using GEM individual data. *Sustainability*, 12(3), 1022. <https://doi.org/10.3390/su12031022>

Vogel, P. (2017). From venture idea to venture opportunity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 943-971. <https://doi.org/10.1111/etap.12234>

Volchek, D., Jantunen, A., & Saarenketo, S. (2013). The institutional environment for international entrepreneurship in Russia: Reflections on growth decisions and performance in SMEs. *Journal of International Entrepreneurship*, 11(4), 320-350. <https://doi.org/10.1007/s10843-013-0115-z>

Voudouris, I., Dimitratos, P., & Salavou, H. (2011). Entrepreneurial learning in the international new high-technology venture. *International Small Business Journal*, 29(3), 238-258. <https://doi.org/10.1177/0266242610369739>

Wadeson, N. (2020). Internationalisation theory and born globals. *Multinational Business Review*, 28(4), 447-461. <https://doi.org/10.1108/MBR-10-2019-0123>

Wagner, J. (1995). Exports, firm size, and firm dynamics. *Small Business Economics*, 7(1), 29-39. <https://doi.org/10.1007/BF01074314>

Wagner, J. (2007). What a difference a Y makes—female and male nascent entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*, 28(1), 1-21. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-0259-x>

Wasdani, K. P., & Mathew, M. (2014). Potential for opportunity recognition along the stages of entrepreneurship. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(1), 1-24. <https://doi.org/10.1186/2251-7316-2-7>

- Weerawardena, J., Mort, G. S., & Liesch, P. W. (2019). Capabilities development and deployment activities in born global B-to-B firms for early entry into international markets. *Industrial Marketing Management*, 78, 122-136. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.06.004>
- Weerawardena, J., Mort, G. S., Liesch, P. W., & Knight, G. A. (2007). Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective. *Journal of World Business*, 42(3), 294-306.
- Weerawardena, J., Mort, G. S., Salunke, S., Knight, G., & Liesch, P. W. (2015). The role of the market sub-system and the socio-technical sub-system in innovation and firm performance: A dynamic capabilities approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(2), 221-239. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0382-9>
- Wennekers, S., Van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: Is it U-shaped? *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 6(3), 167-237. <https://doi.org/10.1561/03000000023>
- Westhead, P., Wright, M., & Ucbasaran, D. (2001). The internationalization of new and small firms: A resource-based view. *Journal of Business Venturing*, 16(4), 333-358. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00063-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00063-4)
- Williams, C., & Lee, S. H. (2009). International management, political arena and dispersed entrepreneurship in the MNC. *Journal of World Business*, 44(3), 287-299. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2008.11.008>
- Wolfe, M. T., & Shepherd, D. A. (2015). What do you have to say about that? performance events and narratives' positive and negative emotional content. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 895-925. <https://doi.org/10.1111/etap.12080>
- Wood, E., Khavul, S., Perez-Nordtvedt, L., Prakhya, S., Velarde Dabrowski, R., & Zheng, C. (2011). Strategic commitment and timing of internationalization from emerging markets:

- Evidence from China, India, Mexico, and South Africa. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 252-282. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2011.00324.x>
- Wood, M. S., McKelvie, A., & Haynie, J. M. (2014). Making it personal: Opportunity individuation and the shaping of opportunity beliefs. *Journal of Business Venturing*, 29(2), 252-272. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.02.001>
- World Bank. (2020). Doing business 2020: Comparing business regulation in 190 economies. Washington, DC: World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1440-2>
- Wright, M., Westhead, P., & Ucbasaran, D. (2007). Internationalization of small and medium-sized enterprises (SMEs) and international entrepreneurship: A critique and policy implications. *Regional Studies*, 41(7), 1013-1029. <https://doi.org/10.1080/00343400601120288>
- Wu, B., & Deng, P. (2020). Internationalization of SMEs from emerging markets: An institutional escape perspective. *Journal of Business Research*, 108, 337-350. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.037>
- Yang, M., & Gabrielsson, P. (2017). Entrepreneurial marketing of international high-tech business-to-business new ventures: A decision-making process perspective. *Industrial Marketing Management*, 64, 147-160. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.01.007>
- Yang, M. M., Li, T., & Wang, Y. (2020). What explains the degree of internationalization of early-stage entrepreneurial firms? A multilevel study on the joint effects of entrepreneurial self-efficacy, opportunity-motivated entrepreneurship, and home-country institutions. *Journal of World Business*, 55(6), 101114. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101114>
- Yeoh, P. (2004). International learning: Antecedents and performance applications among newly internationalizing companies in an exporting context. *International Marketing Review*, 21(4/5), 511. <https://doi.org/10.1108/02651330410547171>
- Zahra, S. A., Ireland, R. D., & Hitt, M. A. (2000). International expansion by new venture firms:

- International diversity, mode of market entry, technological learning, and performance. *The Academy of Management Journal*, 43(5), 925-950. <https://doi.org/10.2307/1556420>
- Zahra, S. A., Korri, J. S., & Yu, J. (2005). Cognition and international entrepreneurship: Implications for research on international opportunity recognition and exploitation. *International Business Review*, 14(2), 129-146. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2004.04.005>
- Zahra, S. A., Ucbasaran, D., & Newey, L. R. (2009). Social knowledge and SMEs' innovative gains from internationalization. *European Management Review*, 6(2), 81-93. <https://doi.org/10.1057/emr.2009.6>
- Zander, I., McDougall-Covin, P., & Rose, E. L. (2015). Born globals and international business: Evolution of a field of research. *Journal of International Business Studies*, 46(1), 27-35. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400056>
- Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H., & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639-653. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.08.007>
- Zheng, C., Khavul, S., & Crockett, D. (2012). Does it transfer? the effects of pre-internationalization experience on post-entry organizational learning in entrepreneurial Chinese firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 10(3), 232-254. <https://doi.org/10.1007/s10843-012-0090-9>
- Zhou, L., & Wu, A. (2014). Earliness of internationalization and performance outcomes: Exploring the moderating effects of venture age and international commitment. *Journal of World Business*, 49(1), 132-142. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2013.10.001>
- Zhou, L., Barnes, B. R., & Lu, Y. (2010). Entrepreneurial proclivity, capability upgrading and performance advantage of newness among international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 41(5), 882-905. <https://doi.org/10.1057/jibs.2009.87>

Zijdemans, E., & Tanev, S. (2014). Conceptualizing innovation in born-global firms. *Technology Innovation Management Review*, 4(9), 5-10.
<https://doi.org/10.22215/timreview/826>

Zucchella, A., Palamara, G., & Denicolai, S. (2007). The drivers of the early internationalization of the firm. *Journal of World Business*, 42(3), 268-280.
<https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.008>