

Tabela 1 – Resumo dos Estudos sobre *Born Globals*

Autores/Ano	Rennie (1993)	McDougall et al(1994)	Oviatt e McDougall (1995)	Bell (1995)	Coviello and Munro (1995)	McDougall e Oviatt (1996)	
Tipo de Metodologia	Questionário	Estudo de casos	Estudo de casos	Estudo de casos	Estudo de casos e questionário	Questionário	
Número de Empresas analisadas	300	12	12	24	4 + 25	62 (26 BG)	
Sector de Actividade	Indústrias elevado valor acrescentado	high-tech	high-tech	software	high-tech	Computadores, telecomunicações	
Definição Operacional	Empresas com exportação elevado nos 2 primeiros anos	Empresas que desde o nascimento procuram obter vantagem competitiva através da utilização de recursos ou das vendas em múltiplos países	Empresas que desde o nascimento procuram obter vantagem competitiva através da utilização de recursos ou das vendas em múltiplos países	n.a.	n.a.	Empresas que desde o nascimento procuram obter vantagem competitiva através da utilização de recursos ou das vendas em múltiplos países	
Objectivos	Analisar as razões para o crescimento explosivo das BG	Discutir a aplicabilidade de 5 teorias de negócios internacionais na explicação das INV	Identificar o padrão de criação, dinâmica e sucesso das INV	Testar o modelo de Uppsala nas empresas de software	Analisar o processo de internacionalização com focagem na abordagem das redes	Analisar as ligações entre as BG e o desempenho, através de um estudo de acompanhamento	
Abordagem Teórica	n.a.	Vantagem monopolista; ciclo de vida; Uppsala; reacção oligopolista; internalização	Quadro de análise que explicam as condições para uma empresa ser global desde o início	Uppsala	Abordagem das redes	Literatura das BG	
Resultados Principais	Nº elevado de empresas que compete no exterior sem uma base doméstica; BG aparecem em várias indústrias, mesmo em declínio; competem em nichos de mercado; são flexíveis; apostam na qualidade; tecnologias inovadoras	Empreendedores detectam oportunidades de negócio; Importâncias das relações dos empreendedores; actuação internacional para evitar dependências do mercado interno; utilização de formas híbridas de governação; teorias tradicionais não explicam estas empresas	Visão global desde o início; gestores com experiência internacional; relações internacionais dos empreendedores; exploração de tecnologia inovadora; nichos globais; inovação incremental	Escolha de mercados baseada no eaguimento de clientes e na capacidade de cooperação da indústria; Opção por novos mercados em detrimentos de mais empenhamento nos actuais mercados; abordagem das redes explica melhor o comportamento destas empresas.	Abordagem das redes oferece uma melhor explicação para o como e porquê da internacionalização destas empresas; expansão internacional surge das oportunidades e constrangimentos das redes; maior importância nas relações de marketing	Níveis elevados de vendas estão associadas às vendas 2 anos antes; alteração significativa do nível de internacionalização; maior sucesso associado a alterações estratégicas	
Autores/Ano	Bloodgood et al (1996)	McAuley (1999)	Jones (1999)	Autio and Burgell (1999)	Crick and Jones (2000)	Autio, Sapienza and Almeida (2000)	Zahra, Ireland e Hitt (2000)
Tipo de Metodologia	Questionário, teste hipóteses	Estudo de casos	Questionário	Questionário, teste hipóteses	Estudo de casos	Questionário, teste de hipóteses	Questionário, teste de hipóteses
Número de Empresas analisadas	61	15	213	230	10	59	321 BG
Sector de Actividade	Várias indústrias	Moda, cerâmica, joalharia, impressão	high-tech	high-tech	high-tech	Electrónica	12 indústrias high-tech
Definição Operacional	n.a.	Empresas que iniciam a exportação no 1º ano de vida	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	Empresas com menos de 6 anos; vendas de 5% nos mercados externos
Objectivos	Examinar os antecedentes e os resultados da internacionalização das empresas com OPV	Perceber qual o processo dos exportadores instantâneos e que factores os explicam	Analisar o padrão de internacionalização das empresas high-tech, nomeadamente as várias ligações que se estabelecem no processo	Examinar domínio e a validade do modelo de Uppsala e da teoria das BG	Analisar o processo de internacionalização das PME em sectores high-tech	Abordagens do conhecimento e da aprendizagem	Analisar o efeito da rapidez de entrada nos mercados externos, da intensidade do conhecimento e da imitabilidade dos activos no crescimento internacional das vendas
Abordagem Teórica	Abordagem dos recursos	Empreendedorismo; literatura das BG	Modelo Uppsala; literatura BG; abordagem das redes	Modelo de Uppsala; literatura BG	80 % das das empresas iniciou as exportações nos primeiros 3 anos; experiência internacional dos gestores fundamental, ao nível do marketing e gestão; exiguidade do mercado interno impulsiona a internacionalização; estratégia planeada; estratégia de nicho; estar próximo dos clientes; orientação internacional; relações em rede	Abordagens do conhecimento e da aprendizagem	Examinar o efeito da expansão internacional na aprendizagem tecnológica e desta no desempenho
Resultados Principais	Condições da indústria e posse de recursos específicos condiciona o trajecto de internacionalização; importância da experiência prévia dos empreendedores; diferenciação dos produtos	Estratégia não planeada; utilização de redes e contactos; produtos inovadores; fundadores com visão e educação elevada; sectores tradicionais	Vários padrões de internacionalização, desde as empresas domésticas até aos <i>international entrepreneurs</i> ; internacionalização é fruto de inserção em redes, sobretudo de marketing; nos <i>international entrepreneurs</i> a maioria das actividades da cadeia de valor são internacionais	As duas visões são complementares para explicarem a internacionalização; nas fases mais avançadas a acumulação de experiência é fundamental; intensidade de conhecimento em recursos tem um efeito positivo nas fases iniciais;	80 % das das empresas iniciou as exportações nos primeiros 3 anos; experiência internacional dos gestores fundamental, ao nível do marketing e gestão; exiguidade do mercado interno impulsiona a internacionalização; estratégia planeada; estratégia de nicho; estar próximo dos clientes; orientação internacional; relações em rede	Abordagens do conhecimento e da aprendizagem	Diversidade internacional e modos de operação de maior controlo possuem mais impacto na aprendizagem e no desempenho; maior aprendizagem permite melhor capacidade de inovação dos produtos

Autores/Ano	Harverston et al (a) (2000)	Harverston et al (b) (2000)	Madsen et al (2000)	Servais e Rasmussen (2000)	Burgel et al (2001)	Wickramasakera e Bamberry (2001)	Aspelund and Moen (2001)
Tipo de Metodologia	Questionário, teste de hipóteses	Questionário, teste de hipóteses	Questionário, teste de hipóteses	Estudo de casos e questionário	Questionário	Questionário	Questionário, teste de hipóteses
Número de Empresas analisadas	224 (60 BG)	224 (60 BG)	272	22 + 77	594	292	213 (36 BG)
Sector de Actividade	high-tech	high-tech	Várias indústrias	Várias indústrias	high-tech	Vinhos	Tecnologias informação
Definição Operacional	25% de exportação nos primeiros anos	25% de exportação nos primeiros anos	Exportação nos primeiros 2 anos	Diferentes tipos de BG de acordo com a sua dimensão e data de criação		Exportação nos primeiros 6 anos	Empresas criadas depois de 1989; exportação superior a 15%
Objectivos	Analisar o impacto das diferentes mentalidades dos gestores no padrão de internacionalização	Comparar as vantagens específicas das BG e das não BG	Compreender o fenómeno das BG; compará-las com outras empresas exportadoras	Avaliar a importância das BG no processo de internacionalização	Analisar o padrão de internacionalização das empresas high-tech	Analisar se as BG existem no sector dos vinhos; características das BG; teste ao modelo de Uppsala	Analisar as diferenças entre 3 gerações de empresas exportadoras
Abordagem Teórica	Literatura das BG; Mentalidade dos gestores de Perlmutter	Literatura das BG; estratégia internacional	Literatura de BG; modelo de Aaby e Slater	Modelo Uppsala; literatura BG; abordagem das redes	Modelo de Uppsala; literatura BG	modelo de Uppsala, literatura das BG	Literatura das BG; modelo de Aaby e Slater de diferenciação na exportação
Resultados Principais	Gestores das BG possuem uma mentalidade mais global; gestores das BG têm uma experiência internacional mais elevada; gestores das BG apresentam níveis de tolerância do risco mais elevados	BG possuem uma maior orientação global; maior intensidade tecnológica das BG; BG possuem uma atitude empreendedora mais acentuada.	Muitas BG em sectores não high-tech; BG exportam mais depressa e não seguem um padrão de distância psicológica; estratégia de nicho para clientes em vários locais do globo; redes de parceria no marketing; comportamento pró-activo; atitude global	Importância das redes locais e globais; modelo de Uppsala está presente em alguns BG; empresas mais recentes estão mais orientadas para os mercados globais; crescimento reduzido é mediado desde o início do processo	Forte empenhamento para a internacionalização; utilização de intermediários no exterior; fundadores com experiência internacional prévia e com elevados níveis de qualificação; seguimento de grandes clientes nacionais, no caso alemão; customização limitada	Maioria das BG são empresas recentes; os empreendedores da BG apresentam experiência em empresas exportadoras; proximidade psicológica; maior número de mercados que as não BG	Maior % de BG nas empresas mais recentes; BG apresentam vantagem tecnológica, estratégia de nicho, orientação para as tecnologias e para os clientes
Autores/Ano	Rasmussen, et al (2001)	Larimo (2001)	Sopas (2001)	Simões and Dominguihos (2001)	Arenius (2002)	Moen (2002)	Knudsen e Madsen (2002)
Tipo de Metodologia	Estudos de casos	Estudos de casos	Estudos de casos	Estudos de casos	Estudo de casos	Questionário, teste de hipóteses	Questionário, teste de hipóteses
Número de Empresas analisadas	5 (3 na Noruega e 2 na Austrália)	2	33	3	4	405 (335 - 30 BG - na Noruega e 70 - 10 BG - em França)	825 (95 BG)
Sector de Actividade	Mobiliário, tecnologias informação, equipamentos para indústria	Engenharia e biotecnologia	Moldes	Tecnologias de informação; calçado	high-tech	Várias indústrias	Várias indústrias
Definição Operacional	Criadas depois de 1976; 25% d exportações nos primeiros 3 anos	Exportação nos primeiros anos de actividade	Elevada % de exportações nos primeiros 6 anos	Exportação de 25% nos três primeiros anos	Empresas que nos primeiros 6 anos demonstram um forte empenhamento de recursos para obter vendas internacionais ou obtêm uma % significativa das vendas nos mercados externos	Empresas estabelecidas depois de 1990; exportações superiores a 25%	Estabelecimento depois de 1976; alcançar 25% de exportações no 1º ano
Objectivos	Analisar a importância dos fundadores e as suas redes	Compreender melhor as BG	Analisar as BG inseridas num cluster	Compreender o comportamento das BG	Analisar os factores que favorecem a aquisição de capital social e os seus impactos em termos de internacionalização	Compreender as BG; comparar BG com não BG	Comparar BG com não BG
Abordagem Teórica	Literatura BG; Abordagem redes	Escola nórdica de internacionalização; literatura das BG	BG, capital social, abordagem das redes e clusters	Literatura das BG com um quadro de análise	Capital social; Modelo Uppsala; Abordagem das redes; literatura BG	Modelo de Aaby e Slater de diferenciação na exportação; literatura das BG	Literatura de BG
Resultados Principais	Internacionalização não planeada, mas que se tornou fundamental; contexto de internacionalização da indústria; redes e relações dos empreendedores não se revelaram fulcrais; importância da capacidade de idealizar, concretizar e desenvolver a ideia	Comportamento semelhante ao previsto na escola nórdica, mas com mais rapidez; orientação global dos empreendedores; estratégia de nicho; inovação tecnológica; experiência industrial dos empreendedores; importância das redes e das relações com clientes; inovação tecnológica é importante	Forte competências técnicas dos empreendedores; relações pessoais anteriores com empresas e clientes; inserção num cluster potencia e desenvolve a exportação; relacionamento com terceiros partes e emigração na exportação	BG aparecem em sectores tradicionais; Capacidade visionária dos empreendedores; importância do capital relacional dos empreendedores, laços fortes e fracos; estratégia de nicho; mercados não seguem um padrão de distância psicológica; capacidade de aprendizagem com clientes	No início, o capital social da empresa é a extensão do capital social dos fundadores; o nível de capital social é dependente do já existente; capital social tem um impacto positivo na construção da vantagem competitiva e no acesso a novas oportunidades; capital social permite ultrapassar as dificuldades relacionadas com a juventude e com a escassez de recursos; capital social tem um efeito positivo no processo de internacionalização	Nº elevado de BG; principais diferenças entre BG e domésticas reside na orientação global dos gestores e nas condições competitivas; as decisões anteriores são fundamentais.	BG aprendem mais depressa no curto-prazo, embora no longo-prazo não existam diferenças substanciais; BG não possuem menor % de activos fixos que as não BG

Autores/Ano	Moen and Servais (2002)	Loane e Bell (2002)	Domínguez (2002)	Rialp et al (2002)	Sharma e Blomstermo (2002)	Luostarinen e Gabriëlsson(2002)
Tipo de Metodologia	Questionário, teste de hipóteses	Estudos de caso	Estudos de caso, com teste de duas proposições	Questionário, teste de hipóteses	Estudos de caso	Descritivo
Número de Empresas analisadas	677 (335 na Noruega, 70 em França e 272 na Dinamarca)		8	4	1102	2
Sector de Actividade	Várias indústrias	Internet	high-tech e calçado	Várias indústrias	high-tech	Várias
Definição Operacional	Exportação nos primeiros 2 anos de existência	Vendas no exterior nos primeiros 2 anos	25% de exportações nos primeiros 3 anos	Exportação nos primeiros 2 anos de actividade; % de exportação acima da médias das empresas criadas na mesma época	Operações em 3 países nos 3 primeiros anos	Diferentes de acordos com o seu desenvolvimento
Objectivos	Comparar três tipos de empresas exportadoras	Analisar o processo de internacionalização das empresas da internet	Analisar o processo de identificação de oportunidades; analisar o papel das relações dos empreendedores	Analisar os factores que predizem a criação de BG	Compreensão das BG	Analisar o comportamento das BG e compará-las com as não BG
Abordagem Teórica	Literatura das BG; Modelo de Aaby e Slater	Modelo de Uppsala; Literatura das BG	Literatura das BG; empreendedorismo e capital social	Abordagem dos recursos	Abordagem das redes; abordagem do conhecimento	Uppsala, padrão POM; literatura BG
Resultados Principais	Empresas que exportam mais rapidamente, relativamente ao ano de criação, possuem maior intensidade exportadora; nas empresas que exportam nos dois primeiros anos, os gestores têm uma orientação mais global que os das restantes empresas; BG exportam para mercados mais distantes no início; BG exportam para menos mercados que as empresas estabelecidas	Internetização; fundadores com visão e conhecimento técnico; redes pessoais dos fundadores; capital de risco é importante; seguimento de oportunidades pelo mundo e não os clientes;	Empreendedores agem como descobridores relativamente à identificação das oportunidades; redes pessoais dos empreendedores são fulcrais nas fases iniciais da internacionalização	% de BG aumenta com empresas mais recentes; maior probabilidade em sectores como têxteis e vestuário; O capital humano, % de empregados com estudos superiores aumenta a probabilidade de uma empresa ser BG, bem como a existência de um departamento de exportação; BG dependem mais dos recursos do que dos produtos	Importância dos laços fracos; capacidade de inovação; internacionalização em resultado de oportunidades no mercado; redes como forma de obtenção de reputação e credibilidade; adaptação da estratégia às necessidades do mercado; visão internacional; empreendedores técnicos	BG em sectores intensivos em conhecimento; providencia uma extensa caracterização das diferentes estratégias, em vários níveis, das BG; importâncias das competências em gestão, marketing e na capacidade financeira; BG revertem o ciclo holístico, começando pela cooperação
Autores/Ano	Andersson and Wictor (2003)	McDougall et al (2003)	Spence (2003)	Rialp et al (2003)	McNaughton (2003)	
Tipo de Metodologia	Estudos de caso	Questionário, teste hipóteses	Case studies	Estudo de casos	Questionário, teste de hipóteses	
Número de Empresas analisadas		4	214 (87 BG)	8 (3 BG)	4 (2 BG)	
Sector de Actividade	Borracha, tecnologias informação e equipamentos médicos	Várias	high-tech	Decoração, alimentação e tecnologias de informação	Várias indústrias	
Definição Operacional	Exportação de 25% nos 3 primeiros anos	Empresas com vendas internacionais nos primeiros 6 anos	Exportação nos primeiros 3 anos	Empresas que desde o nascimento procuram obter vantagem competitiva através da utilização de recursos ou das vendas em múltiplos países	Empresas que exportam nos primeiros anos	
Objectivos	Compreender o fenómeno das BG	Comparar as características das BG e das empresas domésticas	Compreender o processo de formulação da estratégia em PMEs high-tech	Comparar as BG com as não BG e entender as características das primeiras bem como dos empreendedores	Analisar as influências que explicam o número de mercados que uma empresa serve	
Abordagem Teórica	Literatura das BG com um quadro de análise	Literatura BG	Modelo Uppsala; literatura BG; formulação estratégica	Literatura das BG	Modelo de Uppsala; literatura BG	
Resultados Principais	Empreendedores são fulcrais; importância significativa das redes; aparecimento de BG em indústrias maduras; estratégia de nicho; múltiplos modos de entrada	BG possuem: maior experiência internacional; mais experiência na indústria; são mais agressivas; maior inovação de produtos; maior qualidade; maior nível de serviço; maior ênfase no marketing; maior número de canais de distribuição; operam em indústrias mais integradas a nível global	Participação em redes é fulcral para o processo de internacionalização; diferentes estratégias na procura de oportunidades desde ad-hoc até oportunísticas e planeadas; alteração das estratégias com o tempo; importância dos empreendedores; baixo empenhamento nas exportações	As BG distinguem-se por possuírem produtos com maior valor acrescentado e pela visão global dos empreendedores; estratégia de nicho; recursos intensivos em conhecimento; BG de sectores tradicionais e de zonas rurais	Empresas mais antigas servem mais mercados; Empresas que possuem mercados internos reduzidos, em sectores internacionalizados, com produtos proprietários e intensivos em conhecimento servem mais mercados; número de mercados aumenta com o tempo	