

Internacionalización de los Emprendimientos: Un análisis bibliométrico sobre su importancia y evolución

Internationalization of Entrepreneurship: A bibliometric analysis on its importance and evolution.

Recibido: 3 de septiembre de 2024

Aprobado: 16 de diciembre de 2024

publicación: 1 de mayo del 2025

Forma de citar: J. P. Acevedo Meneses and S. . Robledo Giraldo, "Internacionalización de los Emprendimientos: Un análisis bibliométrico sobre su importancia y evolución", Mundo Fesc, vol. 15, no. 32, pp. 277-295 May 2025, doi: 10.61799/2216-0388.1069.

Julieth Paola Acevedo Meneses



Magister Scientiarum en Gerencia de Empresas

julieth.acevedom@unisimon.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-2350-635X>

Cúcuta, Norte de Santander

Sebastian Robledo Giraldo



Doctor en Ingeniería, Industria y Organizaciones

srobledog@unal.edu.co

<https://orcid.org/0000-0003-4357-4402>

Manizales, Colombia

***Autor para correspondencia:**

julieth.acevedom@unisimon.edu.co



Internacionalización de los Emprendimientos: Un análisis bibliométrico sobre su importancia y evolución

Resumen

En las relaciones académicas de los negocios internacionales, es de especial importancia el seguimiento a la evolución de la internacionalización y el emprendimiento con sus diferentes perspectivas para permitir extrapolar la vigencia y el creciente grado de relevancia que tiene este fenómeno en la última década. En este artículo, presenta un análisis cuantitativo de la producción científica sobre el tema, mediante un enfoque cuantitativo. A nivel metodológico el proceso se desarrolló en dos pasos: 1) se realizó un análisis de los indicadores cuantitativos, en la base de datos indexada Web of Science. 2) Los resultados se visualizaron en la plataforma Tree of Science (ToS). El análisis reveló 925 artículos, con predominancia de autores norteamericanos e ingleses representados en un 27% y una baja representación latinoamericana 3,21%. Los hallazgos evidencian una amplia diversidad temática y contribuyen a identificar tendencias clave en la investigación reciente. Como limitación, el estudio se centró únicamente en una base de datos. Se sugiere que futuras investigaciones amplíen el análisis a otras fuentes y consideren enfoques cualitativos para complementar los resultados.

Palabras clave: Emprendimiento, Internationalization, Pymes.

Internationalization of Entrepreneurship: A bibliometric analysis on its importance and evolution.

Abstract

In the academic relations of international business, it is of special importance to follow the evolution of internationalization and entrepreneurship with its different perspectives in order to extrapolate the validity and crescendo degree of relevance of this phenomenon in the last decade. This article presents a quantitative analysis of the scientific production on the subject, through a scientometric approach. At the methodological level, the process was developed in two steps: 1) an analysis of the scientometric indicators was carried out, in the indexed database Web of Science. 2) The results were visualized in the Tree of Science (ToS) platform. The analysis revealed 833 articles, with a predominance of North American and English authors represented in 27% and a low Latin American representation of 3.21%. The findings show a wide thematic diversity and help to identify key trends in recent research. As a limitation, the study focused only on one database. It is suggested that future research extend the analysis to other sources and consider qualitative approaches to complement the results.

Keywords: Entrepreneurship,
Internationalization, SMEs.

Introducción

En el desarrollo empresarial los emprendimientos revisten de gran importancia, al estar concebidos bajo modelos innovadores porque mejoran las oportunidades y permiten obtener ventajas competitivas, las cuales son un rasgo esencial que promueve la inserción en los contextos internacionales [1]. Por esto, la literatura sobre la internacionalización afirma las bondades que este fenómeno representa y cómo su interés ha trascendido más allá del campo empresarial, por ejemplo, al llegar a impregnar la educación, ampliando su alcance a todas las áreas de formación, en pro del fomento de una visión empresarial en los profesionales en formación, al reconocer el impacto que implica a nivel económico y social [2].

A su vez, la internacionalización de emprendimientos aborda la gradualidad en la toma de decisiones para internacionalizarse, algunas posturas estando a favor de procesos secuenciales y de preparación y otras bajo la visión de la internacionalización temprana basados en atributos diferenciadores [3], las diferentes motivaciones que conllevan a explorar mercados foráneos como las organizacionales, de crecimiento, mitigación del riesgo, entre otras [4], las edades de las empresas que son de interés para el abordaje de las investigaciones, propuestas desde los 3 hasta antes de los 7 años en promedio, recibiendo diferentes denominaciones dependiendo en el rango de edades que se encuentren [5] y diversos conceptos conexos con el rendimiento de la internacionalización [6].

Por lo tanto, es posible argumentar que las investigaciones son amplias y enriquecedoras, las cuales convergen en las bondades de la internacionalización para el tejido empresarial que adopta una perspectiva global. En efecto, cobra especial importancia el seguimiento de la evolución en la investigación alrededor de la internacionalización y emprendimiento, y sus diferentes perspectivas como tema de estudio, en tanto que permite extrapolar la vigencia y el crescendo grado de relevancia que tiene este fenómeno en la última década. Siendo evidente en la tendencia al crecimiento de las publicaciones científicas que se realizan en el marco de esta temática, motivadas por comprender las dinámicas, funcionamiento, estructuras como perfiles de los emprendedores que permean estos modelos de negocio.

El análisis preliminar permite evidenciar que hay trabajos documentales similares, por ejemplo, en un estudio [4], compilaron las teorías de los investigadores con el ánimo de exponer de una manera más clara el fenómeno de los nuevos emprendimientos internacionales a partir de la vinculación de la teoría del comercio internacional, espíritu empresarial y la gestión estratégica; en otro estudio [7], realizaron un abordaje de la actividad empresarial internacional entre los periodos de 1989 al 2009 mediante un mapeo temático de 323 artículos; y, en otro estudio [8], realizaron un análisis sistemático a 179 artículos, en el que se desarrolla un marco de organización para analizar el estado actual del campo. Sin embargo, aún se requiere una visión más actualizada y estructurada que permita visualizar las conexiones entre las contribuciones clave a lo largo del tiempo.

Por lo tanto, esta revisión es un trabajo culminado, el cual busca tener un espectro de análisis más amplio de la temática y se propone responder a las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuál ha sido la evolución de la producción científica sobre internacionalización de emprendi-

mientos en las últimas décadas?

¿Cuáles temáticas, autores e instituciones han sido más influyentes en este campo?

¿Qué vacíos o áreas emergentes se identifican a partir del análisis cuantitativo?

Con este fin, en primera instancia, se procedió a realizar una consulta en Web of Science de la temática *Internationalization, entrepreneur* y *SME*. Posteriormente, se procesaron los resultados a la plataforma web Tree of Science (ToS). Por último, se identificaron los artículos más relevantes de acuerdo con su ubicación en el árbol, como lo son raíz, tronco y hojas; facilitando así la comprensión del conocimiento. Seguidamente, el artículo aborda la metodología, en la que se expresa de forma detallada la exploración de los artículos más destacados. Continuamente, se esbozaron los aportes cronológicamente y se culminó con las temáticas actuales en las hojas.

Materiales y métodos

A nivel metodológico, el proceso se desarrolló en dos pasos. En primera instancia, se realizó un análisis de la importancia del tema a partir de indicadores cuantitativos, mediante la herramienta Bibliometrix y, al ser un código abierto, se hizo posible realizar el mapeo científico de una manera más fácil [9]. En segunda instancia, se realizó un abordaje cronológico de los artículos bajo el esquema del árbol, compilando así los artículos más representativos en la literatura académica internacional y los cuales se presentan categorizados los artículos de autores seminales, los intermedios y los más recientes; estas categorizaciones se denominan árbol, tronco y hojas respectivamente.

Paso 1: importancia

Para la determinación de la importancia de la Internacionalización de los emprendimientos, se utilizaron tres métricas que permitieron evidenciar con mayor claridad la historia o evolución de la Internacional de los Emprendimientos a través de los años y sus diferentes perspectivas. La primera métrica empleada fue la selección de la base de datos Web of Science por su literatura científica de alta calidad y datos bibliográficos estructurados que permiten realizar análisis bibliométricos más precisos y confiables. Para conocer los artículos que tratan de Internacionalización en pequeña empresa y emprendimientos, se aplicó la ecuación de búsqueda: Title = (internatio*) AND Title = ("entrepreneur*" or "SME"). A los resultados obtenidos se les aplicó un filtro temporal que consideró únicamente los documentos publicados hasta el año 2022.

La segunda métrica se enfocó en evaluar la relevancia de las revistas en las que se publicaron los artículos identificados, con el fin de determinar su impacto dentro del campo. Finalmente, la tercera métrica se centró en la visibilidad y recurrencia de los principales autores, permitiendo así identificar a los investigadores más influyentes en la temática de estudio.

Paso 2: evolución ToS

Después de extraídos los resultados, se procesaron en la plataforma web ToS. El algoritmo de esta se basa en la teoría de gráficas, en la que los artículos más antiguos y más citados se ubican en la raíz; aquellos que citan tanto a la raíz y son citados por las hojas corresponden al tronco; y, por último, aquellos artículos que citan tanto a la raíz como al tronco se ubican en las

hojas del árbol. De esta manera, se puede apreciar la información sobre la Internacionalización de Emprendimiento plasmada en forma de árbol.

Donde posteriormente, por cada una de las categorías del árbol de la ciencia, se identificaron y seleccionaron los artículos que mostraban mayor afinidad temática. Este análisis permitió detectar aspectos de relevancia dentro del campo de la internacionalización de los emprendimientos.

Resultados y discusión

Análisis cuantitativo a la Internacionalización del Emprendimiento para analizar su importancia

La Figura 1. permite apreciar el incremento en el interés por la internacionalización de los emprendimientos a través del tiempo. Los años más representativos para esta temática fue entre el año 2015 y el 2020, superando la publicación científica de los 100 artículos anuales. Aunque para el año 2022 decreció la publicación de los mismos, se denota un balance positivo al evidenciarse un crecimiento promedio del 16%, al tomar como referencia el año base 2003 con un número de 20 artículos a 82 artículos en el año 2022. Este aumento puede asociarse a la evolución del entorno empresarial, que ha impulsado a las nuevas empresas a incursionar en mercados internacionales de forma más temprana y estratégica.

Este fenómeno, en la praxis se refleja con mayor intensidad, en regiones con ecosistemas emprendedores consolidados, como América del Norte y Europa, donde existen políticas, programas de apoyo y financiamiento como una orientación y vocación exportadora. La menor participación de regiones como América Latina o África podría explicarse por sus limitaciones estructurales, menor inversión en investigación y barreras institucionales. Del mismo modo, el interés académico refleja consonancia con la praxis, al evidenciarse que la mayor producción científica está liderada por Estados Unidos (18%), Inglaterra (16%,9), España (11%) y Canadá (10,8%) concentrando en estas latitudes el 56,8% de la producción total.

Aunado a las cifras de la producción académica, es importante denotar que la internacionalización es considerada como una apuesta mundial, donde las naciones vislumbran en esta iniciativa un camino para acortar las brechas económicas y sociales, al asociar que la intensidad estos procesos implican la transformación productiva, que a su vez impacta el crecimiento económico, oportunidades laborales y por tanto en la mejora de la calidad de vida de las naciones.

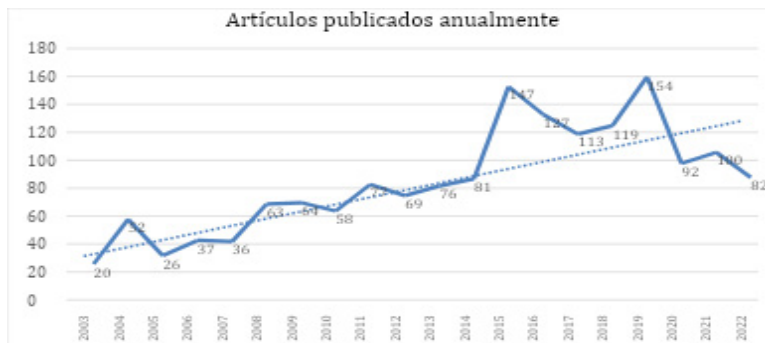


Fig. 1. Producción científica anual de la internacionalización emprendedora

Nota: Fuente: Elaboración propia con información tomada de Web of Science.

La Tabla 1., evidencia no solo el liderazgo individual de ciertos autores, sino también patrones en la evolución del campo de estudio. El autor más representativo en relación con la temática es Hamid Etemad, docente de la universidad McGill autor reconocido a nivel internacional por el aporte al emprendimiento internacional desde 1975, tiene un h-index de 5, un total de 118 publicaciones y 2668 citaciones, en relación a internacionalización de emprendimientos cuenta con 19 artículos asociados al tema, entre los cuales se destacan: “The Knowledge Network of International Entrepreneurship: Theory and Evidence”, Globalization and entrepreneurship: Policy and strategy perspectives y Internationalization of SMEs: Toward a New Paradigm. La producción lo destaca como un autor pionero en el estudio del emprendimiento internacional, lo que sugiere su papel en el diseño de los marcos teóricos de la temática.

Seguido por Pavlos Dimitratos, docente de la universidad de Glasgow, tuvo cargos representativos en el ámbito académico, realizó aportes en los campos del emprendimiento internacional, gestión internacional y estrategia internacional, tiene un h-index de 12, un total de 114 publicaciones y 4.906 citaciones, en relación a la internacionalización cuenta con 18 artículos asociados al tema, entre los cuales se destacan: “Born globals: Propositions to help advance the theory”, “The relationship between entrepreneurship and international performance: the importance of domestic environment” y “SME Entrepreneurial Orientation, International Performance, and the Moderating Role of Strategic Alliances”. Este autor tiene el mayor número de citaciones lo cual refleja su influencia en la comunidad académica.

Los investigadores posteriores presentan líneas de investigación más recientes y una diversificación temática en el área de estudio. Continuando Stephanie A Fernhaber, docente de la universidad Butler, es editora en el Journal of Business Venturing, ha centrado sus investigaciones en el emprendimiento internacional, innovación de base y nueva estrategia de emprendimiento, especialmente se orienta en estimular la innovación en el emprendimiento social, tiene un h-index de 7, un total de 62 publicaciones y 2,438 citaciones. En relación a la internacionalización cuenta con 7 artículos asociados al tema, entre los cuales se destacan: Entrepreneurial orientation and international scope: The differential roles of innovativeness, proactiveness, and risk-taking, International entrepreneurship and geographic location: an empirical examination of new venture internationalization, How do young firms manage product portfolio complexity? The role of absorptive capacity and ambidexterity.

En el cuarto lugar se encuentra Raj Javalgi, docente de negocios y emprendimiento de la universidad de Cleveland, ha recibido diversos premios como becas y reconocimientos en la investigación y enseñanza. Centra sus investigaciones en el marketing, internacionalización orientada al sector servicios y organizaciones industriales, tiene un h-index-5, con un total de 143 publicaciones y 6551 citaciones. En relación a la internacionalización cuenta con 7 artículos asociados al tema, entre los cuales se destacan: Awareness of sponsorship and corporate image: An empirical investigation, Service loyalty: implications for service providers y Entrepreneurial orientation, management commitment, and human capital: The internationalization of SMEs in India.

TABLA I. AUTORES MÁS RELEVANTES DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

Autor	h index	TC	NP
Hamid Etemad	5	144	19
Pavlos Dimitratos	12	577	18

Stephanie A. Fernhaber	7	520	8
Raj Javalgi	5	194	8
Marian V. Jones	8	1739	8
Krzysztof Wach	4	50	8
Antonella Zucchella	4	213	8
Sami Saarenketo	4	171	7
John Child	4	117	6
David Crick	4	391	6

Nota: Fuente: Elaboración propia con información tomada de Web of Science.

En relación con las revistas más representativas que comprenden los artículos de Internacionalización Empresarial, la Tabla 2. permite evidenciar que el 100 % de las presentadas se encuentran en el cuartil de más alto impacto Q1. En efecto, las revistas con mayor participación de artículos en la temática de interés son: *Journal of International Business Studies*, esta es la revista mejor categorizada en los negocios internacionales la cual integra contenido referente a: Actividades y estrategias de las empresas, interacciones entre las empresas multinacionales y sus stakeholders, las actividades transnacionales, la incidencia del entorno internacional en los negocios, las formas de organización empresarial internacional, estudios comparativos, industria 4.0 y sostenibilidad.

En lista continua el *Journal of Business Venturing*, la cual está dedicada a los emprendimientos desde una mirada transversal, brinda un espacio para compartir los antecedentes y resultados del espíritu empresarial y comprende un espectro amplio de temáticas como contextos internacionales, ambientales, la incertidumbre y temas afines al emprendimiento en diversos campos del saber desde las ciencias sociales como economía, negocios, psicología, antropología, entre otros.

En tercer lugar, se ubica la revista *Entrepreneurship: Theory and Practice*, la cual es una revista interdisciplinaria que también busca contribuir al espíritu empresarial, abordando temas como la gestión de empresas, empresas familiares, el emprendimiento corporativo y sin ánimo de lucro, entre otros. Y en cuarto lugar se ubica la revista *Strategic Management Journal*, la cual se centra en aquellas investigaciones que aporten a dar respuesta a cuestionamientos en el marco de la gestión estratégica, aceptando diversidad de métodos de investigación como estadísticos.

Lo anterior denota la diversidad temática que se entrelaza con el emprendimiento internacional, configurando la temática como un fenómeno complejo que es abordado desde diferentes perspectivas teóricas y metodológicas.

TABLA II
REVISTAS MÁS REPRESENTATIVAS EN INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS

Revistas	N° de Artículos	Factor de Impacto	Cuartil
Journal of International Business Studies	4115	5.55	Q1
Journal of Business Venturing	2256	4.84	Q1
Entrepreneurship: Theory and Practice	2118	5.07	Q1
Strategic Management Journal	2001	8.84	Q1
Academy of Management Journal	1575	10.76	Q1
International Business Review	1368	1.37	Q1
Academy of Management Review	1286	9.32	Q1

Journal of World Business	1105	2.67	Q1
International Marketing Review	978	1.4	Q1
Small Business Economics	934	1.91	Q1

Nota: Fuente elaboración propia con información tomada de Web of Science

Evolución cronológica del tema

En las raíces, inicia la temática de la internacionalización como un proceso dirigido a las nuevas empresas internacionales (INV), las cuales —desde su concepción— tienen o visualizan —a una edad muy corta— la inserción a mercados foráneos, dados unos elementos propios de su entorno y favorecida por la adquisición de experiencia de las personas de negocios a nivel mundial, sin embargo, esclarece que los procedimientos para abordar este proceso por parte de las INV difiere al de las empresas multinacionales y se basa en las primeras en valor añadido y no en activos de propiedad [4].

Las teorías existentes no dan respuesta al modelo de negocio de las INV, dado que estas teorías sustentan la internacionalización como un proceso con notable posterioridad a la formación empresarial y además se centran en el nivel de la empresa y no en el individual [10]. Por lo tanto, otros autores [11] analizan las dimensiones de la orientación empresarial (EO) abordadas en diversas investigaciones y con ello proponen que la autonomía, la innovación, la asunción de riesgos, la proactividad y la competitividad agresiva son las dimensiones que representa las EO en las INV.

En lo concerniente al tiempo oportuno para internacionalizarse, ciertos autores [3] proponen el proceso de inserción a los mercados internacionales, desde una perspectiva secuencial, a razón de que son una serie de decisiones sucesivas dadas por la adopción del aprendizaje paulatino de los conocimientos objetivos, experimentales, generales y específicos, y de los compromisos tanto de mercado como de recursos que debe afrontar la organización. En contraparte, varios autores centran el interés en investigar empresas jóvenes, en una investigación [12] afirman que las empresas que tienden a internacionalizarse a una edad más temprana propenden por un mayor comportamiento empresarial y una ventaja de crecimiento.

En consonancia, en otra investigación [13] también ponen en evidencia el incremento de la internacionalización en edad temprana, acuñados como negocios de riesgo al ser menores de seis años. Dicha tendencia está dada por el desarrollo y adquisición de habilidades, conocimiento y recursos tecnológicos apropiados por la nueva empresa en el proceso. Nuevas variables se vincularon al impulso de la internacionalización. En este sentido, una investigación [14] hace referencia al espíritu empresarial y destaca su integración con los negocios internacionales. Este concepto, además, ha experimentado una evolución progresiva, aunque tiende a solaparse con otros dominios conceptuales como la innovación, la gestión del cambio y la gestión estratégica.

En efecto, algunos autores [1] consideran el conocimiento como el elemento más prominente, debido a que fortalece las capacidades organizacionales e incide positivamente en los rendimientos de la organización cuando esta mediada por la innovación. Esta última favorece la adopción de la internacionalización temprana y genera espacios de aprendizaje más significativos, por el entorno al que se exponen las empresas mundiales natas. En consonancia,

otros estudios [15], [16] han explorado la relación entre los recursos empresariales y la ventaja competitiva sostenible, evaluada a partir de los criterios de valor, rareza, imitabilidad y sustituibilidad, fundamentado en el modelo de las cinco fuerzas de Porter.

Considerando que los modelos de negocio evolucionan con el tiempo, y en relación con diversos elementos del modelo de Uppsala, algunos autores [17] propusieron su actualización al incorporar como aspecto clave la noción de que los mercados funcionan como redes. En este sentido, la empresa se inserta en una red empresarial y su participación de manera activa les permite a las organizaciones acceder a beneficios como el aprendizaje, la generación de confianza, el establecimiento de compromisos y la formación de relaciones estratégicas que facilitan su entrada a mercados internacionales. De forma complementaria, otros autores [14], [18], con el objetivo de delimitar con mayor claridad el alcance del Emprendimiento Internacional, lo redefinen al incluir al considerar la creación de valor dentro de la organización como aspecto determinante para el aprovechamiento estratégico de las oportunidades.

En el tronco se agrupan las investigaciones que evidencian la interrelación entre distintas temáticas. En el primer abordaje, se observa que el campo de estudio es amplio y, aunque carece de una estructura unificada, existe un desarrollo teórico significativo [19]. No obstante, se identifica una desconexión entre los negocios internacionales y el emprendimiento internacional. Mientras que los negocios internacionales gozan de una amplia aceptación académica, el emprendimiento internacional representa apenas el 2 % de las publicaciones en revistas de gestión [20]. Ante esta situación, algunos autores [21] proponen lineamientos para avanzar hacia una metodología integradora y fomentar un enfoque verdaderamente multidisciplinario en el campo.

En consonancia con los aspectos centrales que enmarcan la internacionalización, los autores [22] refieren que este proceso está determinado por una cultura organizacional centrada en la identificación de oportunidades, mediante seis dimensiones que identifican la propensión de la organización hacia la internacionalización. No obstante, ha prevalecido el interés por realizar los análisis a empresas nuevas, en un contexto donde las teorías modernas de negocios internacionales tienden a desvincularse de las funciones operativas de la empresa, mientras que el enfoque del emprendimiento se orienta más hacia los emprendedores y los procesos de gestión empresarial [8]. La representatividad de las nuevas empresas globales, es destacada por los autores [5] quienes denotan el crecimiento y cantidad de estas organizaciones dirigidas por jóvenes emprendedores.

En línea con lo anterior, algunos autores [22] abordan la internacionalización desde la perspectiva de la cultura organizacional, centrada en la identificación de oportunidades. Para ello, desarrollan seis dimensiones que permiten evaluar la propensión de una organización a internacionalizarse con base en su cultura, sin distinguir variables como antigüedad, experiencia o estatus. No obstante, ha prevalecido el interés por analizar empresas de reciente creación. En este sentido, las teorías modernas de Negocios Internacionales han tendido a abstraerse de las funciones empresariales tradicionales, mientras que el emprendimiento se ha enfocado en los empresarios y los procesos emprendedores [8]. Por su parte, otros autores [5] destacan el crecimiento de nuevas empresas globales lideradas por jóvenes emprendedores. Aunque hace unas décadas estas eran casos excepcionales, en la actualidad representan una proporción significativa de las empresas con presencia en contextos internacionales.

Por su parte, algunos autores [6] señalan un creciente interés en la orientación empresarial

internacional (IEO), exponiendo como las temáticas más destacadas están relacionadas con EO/IEO y su vínculo con el rendimiento internacional, la cultura organizacional y otros aspectos asociados. En consecuencia, algunos autores [6], [19] en investigación sobre la IEO ilustran cómo se dan los procesos para expandirse a mercados exteriores, basados en tres modelos: el simple, el general y el preciso. A su vez, otros autores [23] encuentran que la inversión extranjera directa (IED) como método de entrada aporta una relación más significativa en el rendimiento que las exportaciones. En línea con el aumento de rendimiento, una investigación [24] halló que el guanxi, como red social en China, es clave para favorecer la proyección, el crecimiento y ganancias.

En un contexto de investigaciones más recientes que corresponden a las hojas, se aprecian estudios centradas en los elementos que motivan la iniciación empresarial efectiva y que, a su vez, aportan y son relevantes en la internacionalización, como el capital humano del país de origen [25]. Se destaca que los fundadores de las empresas en los países pobres y con instituciones débiles deben ser proactivos y asumir el riesgo en las exportaciones, pues esto afecta directamente al grado de internacionalización [26]. En efecto, el apoyo institucional, también demostró un efecto positivo en la internacionalización empresas malayas [48]. En esa misma línea, se plantea que las empresas que logran ingresar a mercados internacionales tienen un ecosistema que favorece la innovación y su diversificación al tener una disponibilidad de recursos en diversos países [27].

Así mismo, se sigue manteniendo el interés por medir la internacionalización empresarial desde la óptica de las empresas jóvenes, siendo esta la temática de mayor búsqueda en los últimos años, acorde al análisis bibliométrico, lo cual resulta ser una sugerencia para una agenda de investigación futura [28]. A su vez, el rol de la mujer ha tomado especial interés en los últimos tiempos y ha sido evidente el crecimiento de su participación en el campo empresarial. Por lo tanto, se han realizado investigaciones en: el análisis de las teorías del emprendimiento, feminismo y espíritu empresarial, lo que denota que ninguna responde al papel de la mujer en este campo [29] o a las tendencias que exponen la influencia del ecosistema (la cultura, la educación y el apoyo de las instituciones) en el fomento de la mujer como empresaria y cómo este entorno fortalece las capacidades para favorecer la internacionalización vista desde este género, como logro social más económico [30].

En consecuencia, con el análisis de las organizaciones jóvenes, los autores [31] evaluaron la trascendencia de las capacidades dinámicas de las pyme y hallaron la influencia positiva de las capacidades dinámicas específicas tanto del propietario como de la empresa en la internacionalización. Por su parte, en la investigación [32] se expone la pertinencia de desplegar las capacidades de marketing por parte de las INV de alta tecnología para obtener rendimientos superiores en sus procesos de exportación, dados los constantes ambientes de cambio tecnológico a los que están expuestas. Del mismo modo, otros autores [33] encuentran que las pymes coreanas con mayor desarrollo de capacidades de marketing y tecnológicas tienen mejores resultados de exportación y que estas capacidades son más elevadas en aquellas empresas que manifiestan una fuerte IEO.

En línea con lo anterior, dado que las empresas jóvenes fundamentan su planeación internacional en las necesidades del mercado, tiende a personalizar sus estrategias marketing internacional y actúan con *agilidad estratégica*, lo que implica la flexibilidad y capacidad de respuesta para reducir así la fragilidad derivada de su novedad, pequeñez y extranjería [34]. Siendo el

marketing un tema relevante en el contexto de la internacionalización, tras una revisión bibliográfica, ciertos autores [35] identificaron, que, desde la perspectiva teórica predominante, el enfoque del marketing como estrategia se centra principalmente en el individuo.

En el caso de las empresas familiares, en una investigación [36] analizaron y confirmaron la incidencia que tiene la capacidad de absorción, considerando el ambiente competitivo en el que operan. En lo que respecta al proceso de internacionalización de las empresas familiares polacas, se aprecia mayor planificación del proceso, la presencia de la autonomía e innovación y asunción de riesgos [37]. Algunos autores [38] analizaron la relación positiva que tiene la riqueza socioemocional en los procesos de inmersión internacional, al permitir dar continuidad al modelo de negocios a través de sus nuevas generaciones. Así mismo, una investigación [16] también encuentra una manera para dar continuidad a la empresa familiar, sin embargo, entre más alto es la identidad familiar se desfavorecen las exportaciones, en parte por la resistencia de incorporación de personal externo para liderar dicho proceso.

Por su parte, en otra investigación [39] se denotó que, en el crecimiento de las empresas del sector de alta tecnología, juega un rol importante la experiencia del CEO, especialmente cuando se combina con una sólida (EO) y un enfoque basado en el aprendizaje. Del mismo modo, algunos autores [40] afirman que la experiencia, la educación y la EIO del directivo influyen positivamente en los procesos de internacionalización de las INV portuguesas. Esto refuerza la importancia del impacto que ejercen tanto las características del empresario como las de la empresa en dichos procesos. A su vez, una investigación [41] mostró el papel determinante de la educación para los directivos chinos de pequeñas empresas, al aportarles una visión global que influye en la proyección internacional empresarial.

Otro aspecto asociado a la participación en operaciones internacionales es el conocimiento del mercado y del contexto en el que se actúa [42]. Asimismo, se destaca la contribución de los empleados en el proceso de internacionalización de las INV, dado que los empresarios fomentan en ellos comportamientos alineados con la estrategia empresarial. Esto no solo impulsa una actitud proactiva, sino que también permite a los empleados desempeñar tareas clave para mantener la ventaja competitiva de la organización [43]. Asimismo, en otra investigación [25] se ratifica la importancia del capital humano para los procesos de creación de valor y proyección internacional empresarial, mediados por variables como la educación/conocimiento, en la cual se evidencia una relación positiva en las competencias de previsión y la creación de empresas. Dadas las dinámicas actuales, el estudio de las redes cobra cada vez más relevancia, ya que se reconoce su utilidad en el proceso de internacionalización. Sin embargo, en la literatura académica esta temática aún presenta vacíos, pues la mayoría de los estudios existentes son de carácter descriptivo y exploratorio [44]. Entre los elementos que favorecen la creación de redes internacionales, se ha identificado una relación positiva entre la mentalidad global del empresario y la EIO [45]. Asimismo, se ha evidenciado que las redes permiten identificar oportunidades y contribuyen al rendimiento internacional [46]. De allí, la importancia de construir redes nacionales sólidas como base para el desarrollo de redes internacionales, enfatizadas en ampliar los contactos directos, la interrelación entre las redes y la diversidad de la red [47].

Para las pymes, las redes sociales interpersonales también resultan fundamentales, ya que facilitan tanto la exploración como la explotación de oportunidades en el extranjero, al constituir el primer vínculo dentro de las redes a través de los contactos [46], [50]. En consonancia, las redes privadas o personales están presentes en todas las fases del emprendimiento, cambiando

según la etapa en la que se encuentre la empresa y que, con el paso del tiempo, estas tienden a disminuir [51]. En un estudio realizado en pymes italianas e iraníes [52] se destaca la importancia de la formación de redes internacionales para lograr una inserción rápida y eficaz en los mercados internacionales, aclarando que su abordaje varía en función del contexto cultural.

Teniendo en cuenta, que en las fases de crecimiento los emprendimientos requieren flujo de efectivo, las redes facilitan la obtención de conocimiento sobre inversores, lo cual es positivo en el proceso de internacionalización si se realiza con capital extranjero por la reputación que genera [54]. En pro de fortalecer la consolidación de las redes, es fundamental incorporar las capacidades de alianza en la visión de internacionalización, dado que las mismas a largo plazo favorecen la adquisición de recursos intelectuales [53]. Sin embargo, un factor al cual debe prestarse suma atención en el proceso de creación de alianzas es a la identificación de los socios internacionales, pues este puede desalentar la intención de creación de alianzas aún más que las dificultades propias que se susciten en la negociación [49].

Conclusiones

La relevancia de este documento radica en que realiza un abordaje cronológico que permite apreciar la evolución de la Internacionalización de Emprendimientos y denota el especial interés y crecimiento en el campo académico sobre esta temática de estudio. Por lo tanto, se concluye del presente análisis que la Internacionalización de emprendimientos es un fenómeno que se ha venido analizando desde hace varias décadas. No obstante, ha evolucionado en varios aspectos: En primera instancia, las raíces evidencian la relación con los actores y sus características, dado que en el inicio de las investigaciones seminales asociaban la internacionalización con un proceso en el que era viable la participación de empresas grandes con una madurez y estructura financieras posicionadas. Y pasó a ser un fenómeno que tomó auge muy rápidamente en las empresas jóvenes que, por ende, carecían de experiencia, estructuras y recursos, pero que tuvieron resultados satisfactorios en estos mercados foráneos.

En segunda instancia, el tronco extrapola las vicisitudes propias del crecimiento del tema de estudio, al analizarse esté desde diferentes perspectivas hay un amplio desarrollo teórico, aunque no está unificado, lo que genera fragmentación en el campo teórico. Por lo tanto, a partir de estas lagunas del conocimiento se proponen y abordan investigaciones para contribuir y esclarecer el fenómeno de estudio. A su vez, hay investigaciones orientadas a descubrir los factores que motivan la internacionalización empresarial, destacándose el estudio de la OE, OEI e iniciativa empresarial.

En tercera instancia, las hojas analizan la praxis de las empresas jóvenes identificando que asumen la internacionalización de manera prospectiva, centrando sus modelos de negocio en propuestas de valor mediante la apropiación de conocimiento, I+D e innovación, lo que favorece sus capacidades internas basadas en la promoción de la orientación empresarial; las capacidades dinámicas para generar estructuras dinámicas; la alta y la rápida capacidad de respuesta; como las capacidades externas; todo mediante la creación de redes para vislumbrar oportunidades y reducir costos en los procesos de internacionalización. Así mismo, se otorga un especial interés al recurso humano, desde los líderes hasta los empleados, a razón de que estos son considerados fundamentales por el aporte que generan en pro de la consecución de las metas organizacionales. Del mismo modo, hay un interés en preservar y dar continuidad a

las empresas familiares a través de la internacionalización.

Un aspecto de interés concierne a los principales investigadores presentados en la tabla 2. los cuales son de diferentes nacionalidades, con mayor representatividad son norteamericanos y europeos, a su vez la mayor parte de estos autores trabajan actualmente en reconocidas universidades europeas con un 55% de participación sobre las norteamericanas con un 44% de participación, aunque es de interés denotar que son representativas las universidades ubicadas en estados Unidos pues concentran 33% de las universidades de alto reconocimiento, donde se desempeñan estos autores. Otro punto a destacar, son los intereses de los investigadores que, aunque son amplios y diversos, se denota que confluye entre varios autores en el análisis del marketing, la evolución de las nuevas empresas y la exploración sobre las empresas de base tecnológica.

Se identifican varias tendencias del análisis bibliométrico realizado, entre las cuales se destacan: 1. La transformación del tejido empresarial en los procesos de internacionalización al ser hoy en día considerado como una opción de interés para los emprendimientos, 2. Los factores impulsores de la internacionalización destacando el papel relevante de la orientación empresarial y orientación empresarial internacional y 3. Las capacidades organizaciones como facilitadores del proceso de proyección internacional, donde las capacidades internas como el aprendizaje organizacional y las externas como la formación de redes contribuyen de manera significativa a la consolidación y fortalecimiento del tejido empresarial.

Este estudio presenta varias limitaciones que deben considerarse al interpretar sus resultados. En primer lugar, la revisión se realizó utilizando una única base de datos, lo que puede restringir el alcance y diversidad de las publicaciones incluidas, dejando fuera investigaciones relevantes indexadas en otras fuentes académicas. A su vez en el estudio no presenta la comprensión del fenómeno de internacionalización de emprendimientos en Centro y Suramérica. En futuras investigaciones se sugiere puedan abordarse temáticas de literatura centradas en 1. Estudios sobre internacionalización de emprendimientos en América Latina especialmente en Centro y Suramérica, 2. desarrollar estudios comparativos entre países latinoamericanos para identificar diferencias contextuales y buenas prácticas, 3. analizar el papel de las redes domésticas en el proceso de internacionalización y 4. analizar el papel de las políticas públicas gubernamentales en el proceso de la internacionalización en mercados emergentes.

Como implicaciones prácticas para los emprendedores se destacan aspectos de valor los cuales deben considerarse en pro de fortalecer sus competencias y capacidades en aras de realizar una asertiva inmersión internacional. A su vez, comprender que la falta de experiencia o tamaño no son barreras determinantes para internacionalizarse dato que la agilidad, la creación de redes y el enfoque estratégico pueden compensar estas limitaciones.

Para los emprendedores, esta investigación ofrece insumos valiosos al identificar aspectos clave presentes en ecosistemas empresariales de otros países, lo que representa una oportunidad para reflexionar sobre su situación actual y fortalecer sus competencias y capacidades con miras a una inserción internacional más asertiva. Asimismo, reafirma que la falta de experiencia o el tamaño reducido de la empresa no constituyen barreras insalvables para la internacionalización, ya que factores como la agilidad, la construcción de redes estratégicas y una orientación clara hacia el mercado pueden compensar dichas limitaciones y facilitar el acceso a mercados globales.

Para el gobierno o las instancias del poder público, el estudio reconoce la importancia de fomentar políticas públicas que apoyen a empresas jóvenes y familiares en procesos de internacionalización, especialmente mediante el fortalecimiento del capital humano, el acceso a redes internacionales y la articulación con sistemas de innovación.

Referencias

- [1] G. Knight, & S. Cavusgil, "Innovation, organizational capabilities, and the born global firm", *Journal of International Business Studies*, vol. 35, no. 2, pp. 124–141, 2004. <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.jibs.8400071>
- [2] J. Acevedo, S. Robledo & M. Zarela, "Subáreas de internacionalización de emprendimientos: una revisión bibliográfica", *Económicas CUC*, vol. 42, no. 19, pp. 1-20, 2020. <https://doi.org/10.17981/econcuc.42.1.2021.Org.7>
- [3] J. Johanson & J-E. Vahlne, "The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments", *Journal of International Business Studies*, vol. 8, no. 1, pp. 23–32, 1977. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490676>
- [4] B. Oviatt & P. McDougall, "Toward a Theory of International New ventures", *Journal of International Business Studies*, vol. 25, no. 1, pp. 45–64, 1994. <https://www.jstor.org/stable/154851>
- [5] S. Cavusgil & G. Knight, "The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization", *Journal of International Business Studies*, vol. 46, no. 1, pp. 3–16, 2015. <https://link.springer.com/article/10.1057/jibs.2014.62>
- [6] J. Covin & D. Miller, "International Entrepreneurial Orientation: Conceptual Considerations, Research Themes, Measurement Issues, and Future Research Directions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 38, no. 1, pp. 11–44, 2014. <https://doi.org/10.1111/etap.12027>
- [7] M. Jones, N. Coviello, J. Covin, & D. Tang, "International Entrepreneurship research (1989–2009): A domain ontology and thematic analysis", *Journal of Business Venturing*, vol. 26, no. 6, pp. 632–659, 2011. <https://doi.org/10.1111/etap.12027>
- [8] M. Keupp & O. Gassmann, "The Past and the Future of International Entrepreneurship: A Review and Suggestions for Developing the Field", *Journal of Management*, vol. 35, no. 3, pp. 600–633, 2009. <https://doi.org/10.1177/0149206308330558>
- [9] M. Aria & C. Cuccurullo, "Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis", *Journal of Informetrics*, vol. 11, no. 4, pp. 959–975, 2017. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- [10] P. McDougall, S. Shane & B. Oviatt, "Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research", *Journal of Business Venturing*, vol. 9, no. 6, pp. 469–487, 1994. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)90017-5](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90017-5)

- [11] G. Lumpkin & G. Dess, "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance", *Academy of Management Review*, vol. 21, no. 1, pp. 135–172, 1996. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>
- [12] E. Autio, H. Sapienza & J. Almeida, "Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth", *Academy of Management Journal*, vol. 43, no. 5, pp. 909–924, 2000. <https://doi.org/10.5465/1556419>
- [13] S. Zahra, R. Duane & M. Hitt, "International expansion by new venture firms: international diversity, mode of market entry, technological learning, and performance", *Academy of Management Journal*. *Academy of Management*, vol. 43, no. 5, pp. 925–950, 2000. <https://doi.org/10.2307/1556420>
- [14] P. McDougall & B. Oviatt, "International entrepreneurship: the Intersection of two research paths", *Academy of Management Journal*, vol. 43, no. 5, pp. 902–906, 2000. <https://doi.org/10.5465/1556418>
- [15] J. Barney, "Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of Management*, vol. 17, no. 1, pp. 99–120, 1991. [https://doi.org/10.1016/S0742-3322\(00\)17018-4](https://doi.org/10.1016/S0742-3322(00)17018-4)
- [16] S. Balsy & P. Saunier, "Familiness, socio-emotional goals and the internationalization of french family SMEs" *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 18, no. 3, pp. 270–311, 2020. <https://doi.org/10.1007/s10843-019-00265-0>
- [17] J. Johanson & J-E. Vahlne, "The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership", *Knowledge, Networks and Power*, pp. 153–186, 2015. https://doi.org/10.1057/9781137508829_7
- [18] B. Oviatt & P. McDougall, "Defining International Entrepreneurship and modeling the speed of internationalization", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 29, no. 5, pp. 537–554, 2005. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00097.x>
- [19] M. Jones & N. Coviello, "Internationalisation: conceptualising an entrepreneurial process of behaviour in time", *Journal of International Business Studies*, vol. 36, no. 3, pp. 284–303, 2005. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400138>
- [20] A. Kiss, W. Danis & S. Cavusgil, "International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda", *Journal of Business Venturing*, vol. 27, no. 2, pp. 266–290, 2012. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.09.004>
- [21] N. Coviello & M. Jones, "Methodological issues in international entrepreneurship research", *Journal of Business Venturing*, vol. 19, no. 4, pp. 485–508, 2004. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.06.001>
- [22] P. Dimitratos, I. Voudouris, E. Plakoyiannaki & G. Nakos, "International entrepreneurial culture —Toward a comprehensive opportunity-based operationalization of international entrepreneurship", *International Business Review*, vol. 21, no. 4, pp. 708–721, 2012. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.08.001>

- [23] J. Lu & P. Beamish, "The internationalization and performance of SMEs", *Strategic Management Journal*, vol. 22, no. 6-7, pp. 565–586, 2001. <https://www.jstor.org/stable/3094321>
- [24] L. Zhou, W. Wu, & X. Luo "Internationalization and the performance of born-global SMEs: the mediating role of social networks", *Journal of International Business Studies*, vol. 38, no. 4, pp. 673–690, 2007. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400282>
- [25] V. Jafari-Sadeghi, S. Kimiagari & P. Biancone, "Level of education and knowledge, foresight competency and international entrepreneurship: A study of human capital determinants in the European countries", *EBRI Issue Brief / Employee Benefit Research Institute*, vol. 32, no. 1, pp. 46–68, 2019. <https://doi.org/10.1108/EBR-05-2018-0098>
- [26] F. Ahmed & L. Brennan, "Performance determinants of early internationalizing firms: The role of international entrepreneurial orientation", *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 17, no. 3, pp. 389–424, 2019. <https://doi.org/10.1007/s10843-019-00250-7>
- [27] C. Prange & J. Pinho, "How personal and organizational drivers impact on SME international performance: The mediating role of organizational innovation", *International Business Review*, vol. 26, no. 6, pp. 1114–1123, 2017. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.04.004>
- [28] F. Rodríguez-Ruiz, P. Almodóvar & Q. Nguyen, "Intellectual structure of international new venture research: A bibliometric analysis and suggestions for a future research agenda", *Multinational Business Review*, vol. 27, no. 4, pp. 285–316, 2019. <https://orcid.org/0000-0003-0179-3973>
- [29] M. Akter, M. Rahman & D. Radicic, "Women Entrepreneurship in International Trade: Bridging the Gap by Bringing Feminist Theories into Entrepreneurship and Internationalization Theories", *Sustainability*, vol. 11, no. 22, p. 6230, 2019. <https://doi.org/10.3390/su11226230>
- [30] V. Ratten & K. Tajeddini, "Women's entrepreneurship and internationalization: patterns and trends", *International Journal of Sociology and Social Policy*, vol. 38, no. 9/10, pp. 780–793, 2018. <https://doi.org/10.1108/ijssp-01-2018-0001>
- [31] D. Mudalige, N. Ismail & M. Malek, "Exploring the Role of Individual Level and Firm Level Dynamic Capabilities in SMEs' Internationalization", *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 17, no. 1, pp. 41–74, 2019. <https://doi.org/10.1007/s10843-018-0239-2>
- [32] S. Martin, R. Javalgi, & L. Ciravegna, "Marketing capabilities and international new venture performance: The mediation role of marketing communication and the moderation effect of technological turbulence", *Journal of Business Research*, vol. 107, pp. 25–37, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.044>
- [33] B. Jin & H. Cho "Examining the role of international entrepreneurial orientation, domestic market competition, and technological and marketing capabilities on SME's export performance", *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 33, no. 5, pp. 585–598, 2018. <https://doi.org/10.1108/jbim-02-2017-0043>
- [34] B. Hagen, A. Zucchella & P. Ghauri, "From fragile to agile: marketing as a key driver of en-

entrepreneurial internationalization”, *International Marketing Review*, vol. 36, no. 2, pp. 260–288, 2019. <https://doi.org/10.1108/imr-01-2018-0023>

[35] M. Yang, & P. Gabrielsson, “The Interface of International Marketing and Entrepreneurship Research: Review, Synthesis, and Future Directions”, *Journal of International Marketing*, 2018. <https://doi.org/10.1509/jim.17.0144>

[36] F. Hernández-Perlines & W. Xu, “Conditional Mediation of Absorptive Capacity and Environment in International Entrepreneurial Orientation of Family Businesses”, *Frontiers in Psychology*, vol. 9, p. 102, 2018. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00102>

[37] A. Hadryś-Nowak, “Family entrepreneurship orientation in family owned Smes: A key resource for internationalization” *Entrepreneurial Business and Economics Review*, vol. 6, no. 2, pp. 153–169, 2018. <https://doi.org/10.15678/eber.2018.060208>

[38] F. Hernández-Perlines, A. Ariza-Montes & L. Araya-Castillo “Socioemotional wealth, entrepreneurial orientation and international performance of family firms”, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, vol. 2, pp. 1–21, 2019. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1685398>

[39] A. D’Angelo, & M. Presutti, “SMEs international growth: The moderating role of experience on entrepreneurial and learning orientations”, *International Business Review*, vol. 28, no. 3, pp. 613–624, 2019. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.12.006>

[40] N. Crespo & D. Aurélio “Between domestic and international new ventures: the relevance of entrepreneurs’ and firms’ characteristics”, *European J. of International Management*, vol. 14, no. 1, p. 28, 2020. <https://doi.org/10.1504/ejim.2020.103796>

[41] H. Yan, R. Wickramasekera & A. Tan, “Exploration of Chinese SMEs’ export development: The role of managerial determinants based on an adapted innovation-related internationalization model”, *Thunderbird International Business Review*, vol. 60, no. 4, pp. 633–646, 2018. <https://doi.org/10.1002/tie.21969>

[42] E. Kahiya, “Context in international business: Entrepreneurial internationalization from a distant small open economy”, *International Business Review*, vol. 29, no. 1, p. 101621, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101621>

[43] Hernandez, M. A., “Unveiling International New Ventures’ Success: Employee’s Entrepreneurial Behavior”, *Administrative Sciences*, vol. 9, no. 3, p. 56, 2019. <https://doi.org/10.3390/admsci9030056>

[44] R. Sedzinauskiene, J. Sekliuckiene & A. Zucchella “Networks’ Impact on the Entrepreneurial Internationalization: A Literature Review and Research Agenda”, *Management International Review*, vol. 59, no. 5, pp. 779–823, 2019. <https://doi.org/10.1007/s11575-019-00395-6>

[45] Z. Lin, X. Cao & E. Cottam, “International networking and knowledge acquisition of Chinese SMEs: the role of global mind-set and international entrepreneurial orientation”, *Entrepreneurship in China*, pp. 97–113, 2021. <https://doi.org/10.4324/9781003177838-6>

- [46] B. Masiello & F. Izzo, "Interpersonal social networks and internationalization of traditional SMEs", *Journal of Small Business Management*, vol. 57, sup. 2, 658–691, 2019. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12536>
- [47] A. Montoro-Sanchez, I. Diez-Vial & J. Belso-Martinez, "The evolution of the domestic network configuration as a driver of international relationships in SMEs" *International Business Review*, vol. 27, no. 4, pp. 727–736, 2018. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.08.003>
- [48] A. Idris & M. Saad, "The relative effects of entrepreneurial characteristics and government support on the internationalisation and performance of Malaysian SMEs", *The South East Asian Journal of Management*, vol. 13, no. 1, 2019. <https://doi.org/10.21002/seam.v13i1.10757>
- [49] N. Arranz, M. Arroyabe & J. Arroyabe, J. C. F., "Alliance-building process as inhibiting factor for SME international alliances", *British Journal of Management* (Vol. 27, Issue 3, pp. 497–515, 2016. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12159>
- [50] A. Pergelova, T. Manolova, R. Simeonova-Ganeva & D. Yordanova, D., "Democratizing entrepreneurship digital technologies and the internationalization of female-led SMEs: *Journal of Small Business Management*", *Journal of Small Business Management*, vol. 57, no. 1, pp. 14–39, 2019. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12494>.
- [51] B. Bastian & C. Tucci, "Entrepreneurial advice sources and their antecedentes: Venture stage, innovativeness and internationalization", *Journal of Enterprising Commodities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 11 Issue: 2, pp.214-236. <https://doi: 10.1108/ JEC-03-2015-0023>
- [52] V. Jafari, J. Nkongolo, R. Anderson & L. Dana, "An institution-based view of international entrepreneurship: A comparison of context-based and universal determinants in developing and economically advanced countries", *Journal International Business Review*, vol. 28, Issue 6, <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101588>
- [53] L. Li, D. Li, A. Goerzen & W. Shi, "What and how do SMEs gain by going international? A longitudinal investigation of financial and intellectual resource growth", Vol. 53, Issue 6, p.p. 817-834. <https://doi: 10.1016/j.jwb.2018.07.001>.
- [54] S. Park & J. LiPuma, "New venture internationalization: The role of venture capital types and reputation", *Journal of World Business*, vol. 55 pp. 2-10. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2019.101025>.