



Subáreas de internacionalización de emprendimientos: una revisión bibliográfica

Subareas of Internationalization of Enterprises: A Bibliographic Review

DOI: <https://doi.org/10.17981/econcuc.42.1.2021.Org.7>

Resumen

Artículo de revisión.

Fecha de recepción: 31/08/2020

Fecha de devolución: 17/11/2020

Fecha de aceptación: 28/11/2020

Fecha de publicación: 03/12/2020

Julieth Paola Acevedo Meneses 
 Universidad Francisco de Paula de Santander
 Cúcuta, Norte de Santander (Colombia)
juliethpaolaam@ufps.edu.co

Sebastián Robledo Giraldo 
 Universidad Católica Luis Amigo
 Manizales, Risaralda (Colombia)
sebastian.robledogi@amigo.edu.co

Magda Zarela Sepúlveda Angarita 
 Universidad Francisco de Paula de Santander
 Cúcuta, Norte de Santander (Colombia)
magdazarelasa@ufps.edu.co

En un mundo globalizado y en constante cambio por el avance acelerado de las tecnologías de la información y comunicación, se hace imprescindible que los emprendimientos se creen y proyecten a escenarios globales, con el objetivo de mejorar sus capacidades y rendimientos resultante de las ventajas competitivas adquiridas en el proceso. Si bien es cierto que gran parte de la literatura manifiesta las bondades de la internacionalización, este fenómeno es percibido de diferentes maneras: en algunos mercados como altamente destacable y en otros aún es incipiente. Además, aunque goza de varias décadas de estudio carece de unificación de los aspectos más dominantes. De ahí que este artículo identifica los ejes temáticos que más interés le han causado a la comunidad académica en torno a la Internacionalización del Emprendimiento y realiza los siguientes pasos: 1) análisis de los indicadores cuantitativos, en la base de datos indexada Scopus para conocer los documentos sobre internacionalización en emprendimientos; 2) utilización del paquete bibliométrico para identificar las subáreas entorno a la temática; 3) selección de las subáreas con mayor preponderancia. Los resultados demuestran tres enfoques, dos relaciones directas y uno con relación indirecta al campo empresarial, donde la primera es *Orientación al Emprendimiento Internacional*, la segunda *Educación en la Internacionalización de los Emprendimientos* y la tercera *Redes Empresariales Internacionales*. En términos prácticos, los empresarios, el gobierno e instituciones pueden utilizar dichas tendencias para la toma de decisiones con el ánimo de engranar los esfuerzos emanados por cada uno de estos actores en el proceso de internacionalización.

Palabras clave: Internacionalización; emprendimiento; educación; redes; estado del arte; revisión documental

Abstract

In a globalized world and one in constant change due to the accelerated progress of information and communication technologies, it is essential that enterprises are created and projected to global scenarios, in order to improve their capabilities and performance resulting from the competitive advantages acquired in the process. Although it is true that a great part of the literature shows the benefits of becoming international, this phenomenon is perceived in some markets as highly remarkable and in others it is still incipient; and although it enjoys several decades of study it lacks unification of the most dominant aspects. Therefore, this article identifies the thematic axes that have caused the greatest interest in the academic community around the “Internationalization of Entrepreneurship”. At the methodological level, the process was carried out in three steps: 1) analysis of the scientometric indicators, in the indexed database Scopus to get to know the documents on internationalization in entrepreneurship. 2) The bibliometric program was used to identify various sub-areas around the subject. 3) The subareas with the greatest preponderance were selected. The results show three approaches, some directly and indirectly related to the business field where the first is *Orientation to Entrepreneurship*, the second is *Education in the Internationalization of Enterprises* and the third is *International Business Networks*. In practical terms, entrepreneurs, government and institutions can use these trends for assertive decision-making in order to engage the efforts emanating from each of these actors in the internationalization process.

Keywords: Internationalization; entrepreneurship; education; networks; state of the art; documentary review

Para citar este artículo:

Acevedo, J., Robledo, S. & Sepúlveda, M. (2021). Subáreas de internacionalización de emprendimientos: una revisión bibliográfica. *Económicas CUC*, 42(1), 249–268. DOI: <https://doi.org/10.17981/econcuc.42.1.2021.Org.7>

JEL: F13, F23, Y30.

INTRODUCCIÓN

Las dinámicas empresariales han surtido significativas transformaciones, acentuadas con mayor impacto tres décadas atrás, donde las tecnologías tuvieron mayor alcance al aminorar las distancias geográficas y vicisitudes logísticas que implican acceso, trazabilidad y mercado (Moreno, 2010). Esto conlleva a fortalecer el ecosistema internacional a favor del libre comercio sin restricciones, y que estos procesos se efectúen bajo principios de no discriminación al extranjero, y mediante la armonización de las normativas internas de cada uno de sus países miembros.

Paralelamente, las economías efectuaron reformas internas en pro de la liberalización comercial, tales como programas e incentivos para promover tanto la salida como el ingreso de productos, capital y empresas. Este escenario favoreció que se enmarcará una fuerte tendencia hacia la internacionalización y con esto el interés tanto de las empresas como la académica de ser partícipes de estos procesos.

En el campo empresarial se destacan como motor de la economía las pequeñas unidades económicas, este concepto se puede comprender como las micro, pequeñas y medianas empresas que representan un 70% del empleo a nivel mundial y preponderaron la mayor parte en las economías con ingresos bajos y mediano-bajos (Organización Internacional del Trabajo-OIT, 2019). Como consecuencia del crecimiento demográfico, se estima que las economías en desarrollo deberán generar 600 millones de puestos de trabajo antes del 2030 para brindar oportunidades laborales a la población y, a su vez, indica que la fuerza laboral se orientará hacia empleos del sector servicios, los cuales hoy en día representan el 26% en países de bajos y medianos ingresos, y el 75% en países desarrollados (Banco Mundial, 2018).

Lo anterior permite inferir que estas organizaciones representan hoy en día una espina dorsal en el dinamismo de la economía, pero a su vez evidencia los grandes retos para responder antes los requerimientos futuros (Camargo, Cardona & Mira, 2017); incluso, llamadas a transformarse y vislumbrar oportunidades fuera de sus fronteras nacionales.

En este sentido, nace el concepto de *Emprendimiento Internacional*, el cual es abordado desde diversas denominaciones y concepciones. Por ejemplo, para Oviatt y McDougall (1994) se denominan Nuevas Empresas Internacionales (INV) a las organizaciones que desde sus inicios buscan ser competitivas en múltiples mercados foráneos. Knight (1997) lo denomina como Empresas Nacidas Globales (BGFs) a las que inician en el contexto internacional desde sus primeros días. Estos son algunos de los conceptos más representativos y de aceptación por la comunidad académica. Estos autores convergen en que estas organizaciones son concebidas bajo modelos disruptivos y orientadas a la intensificación del conocimiento para la internacionalización de sus bienes y servicios (Knight & Cavusgil, 2004).

Cabe destacar que se ha centrado especial interés de estudio en las empresas que toman la decisión de internacionalizarse a una edad joven (Sánchez, 2008), porque comprender las motivaciones y elementos que fomentan la internacionalización de los emprendimientos ha sido una temática de suma utilidad en esta última década, pues permite que se aprecie el gran número de investigaciones relacionadas con este fenómeno.

Si bien hay estudios que han asociado diversas variables al éxito del emprendimiento internacional, ningún artículo de revisión que conozcamos ha analizado las subáreas más representativas en torno a esta temática. Por ejemplo, **Keupp y Gassmann (2009)** expusieron las contrariedades que hay en el campo de la Internacionalización del Emprendimiento (IE) en el período comprendido entre 1994 y 2007. Este artículo denota que no se cuenta con un marco teórico que proporcione un fundamento claro, por consiguiente, propone para futuras investigaciones que se trabaje en realizar una conexión entre las teorías de los Negocios Internacionales (IB) y el espíritu empresarial; al tiempo que se busca fortalecer los marcos teóricos en las investigaciones, debido a su centralismo en el fenómeno sin un suficiente andamiaje epistemológico.

En atención a estas críticas, los investigadores **Bair-Fuentes, Hormiga, Miravittles y Blanco-Mesa (2019)** analizaron las orientaciones de las temáticas que se abordan bajo el IE dada la interdisciplinariedad de la temática entre los períodos de 1989-2015. Este estudio concluye que se aprecian los esfuerzos por unificar las contrariedades, sin embargo, se requiere mayor trabajo en ello.

Este artículo sugiere que en las futuras investigaciones se aborde desde el emprendedor o empresa debido a que tan solo representa el 13.4% y 2.6% respectivamente; asimismo, solicita la incorporación de nuevos marcos teóricos para vislumbrar las realidades complejas surtidas en este proceso. **Bair-Fuentes, Merigó, Amorós y Gáviria-Marín (2019)** realizaron un estudio bibliométrico de la IE donde exponen los artículos de mayor relevancia, autores destacados, países abanderados en producción científica y demás información conexas. Sin embargo, una de las limitaciones fue su abordaje general de la temática junto con Scopus como insumo para la información.

De ahí que en este artículo examinamos sistemáticamente cada una de estas subáreas a profundidad: 1) la orientación emprendedora, 2) la educación en el emprendimiento internacional, y 3) las redes empresariales; por medio de la realización de un marco teórico con aportes actuales y representativos de cada una de estas orientaciones porque es esencial apreciarlas desde una visión holística para la comprensión de las dinámicas propias del fenómeno.

Para cumplir lo planteado en la investigación se procedió a realizar un análisis cuantitativo a través de la herramienta **Bibliometrix (versión actual)** y la importación de los datos de la plataforma Scopus, lo que nos permitió realizar un mapeo a la actividad científica (**Aria & Corrado, 2017**) en relación con el Emprendimiento Internacional. Seguido, se identificaron las subáreas que crearon mayor concentración de trabajos científicos y con esto se seleccionaron y configuraron las tres subáreas más predominantes.

Posteriormente, se procedió a realizar el análisis de la literatura inmersa en cada una de las subáreas. En línea con lo anterior, la pregunta de esta investigación es: ¿Cuáles son las principales subáreas que se han abordado en la Internacionalización de los Emprendimientos? En respuesta a esta pregunta guía se procedió a mapear este fenómeno. Para lo cual se realizó una consulta de estudios publicados desde hace tres décadas, período base donde esta temática comienza a emerger, no obstante, se realiza revisión en especial de los artículos registrados en la última década.

METODOLOGÍA

Para identificar los artículos se realizó una consulta en Scopus, la cual es considerada la base de datos más grande y con alto contenido de documentos científicos de carácter interdisciplinario (Moral-Muñoz, Herrera-Viedma, Santisteban-Espejo & Cobo, 2020). La consulta se realizó con las palabras “internatio* entrepreneur* or SME*” en el título. El período fue entre el año 1990 a junio del 2020. Los resultados fueron 1044 artículos. Después se construyó la red de citaciones a partir de las referencias, lo que dio como resultado 7330 nodos (artículos) y 29308 enlaces (citaciones). Posteriormente, se aplicó el algoritmo de modularidad (Blondel, Guillaume, Lambiotte & Lefebvre, 2008) para identificar cada una de las 17 subáreas expuestas en la Figura 1.

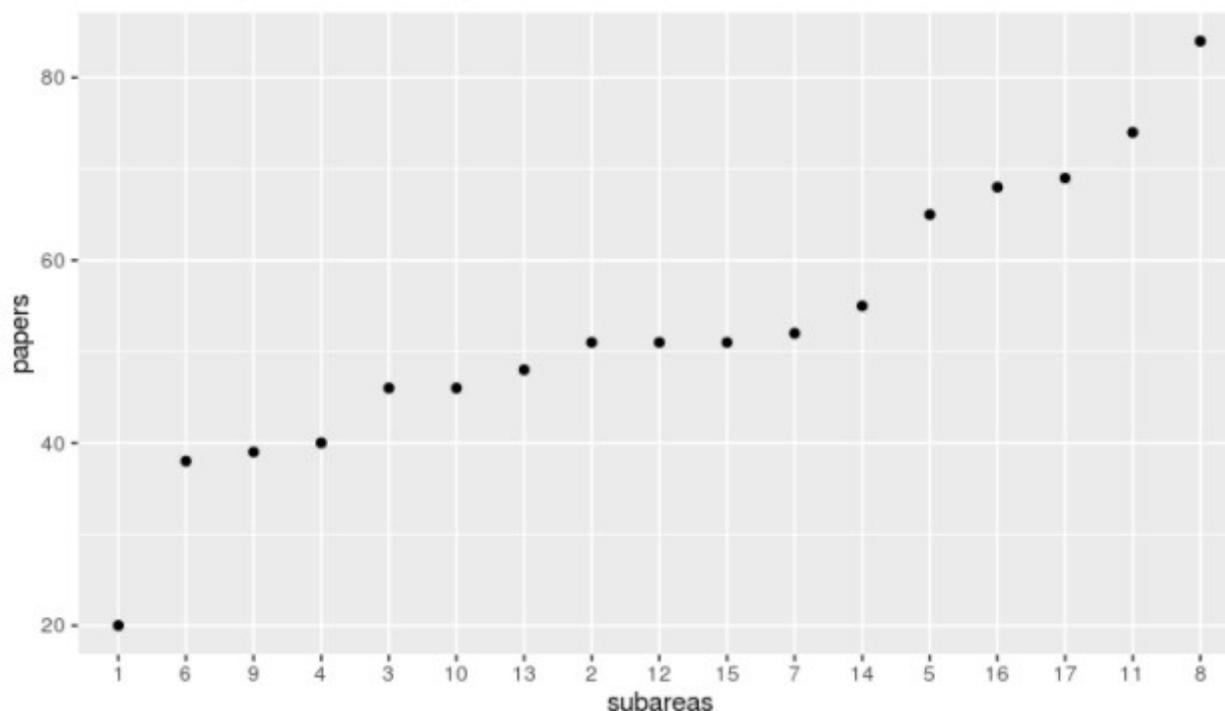


Figura 1. Subáreas de la Internacionalización de Emprendimientos.
Fuente: Elaboración propia.

Se identificaron mayores concentraciones de investigación en tres subáreas (17, 11, 8), las cuales se denominan en su orden respectivo: orientación al emprendimiento en la internacionalización, educación en la internacionalización de los emprendimientos y redes empresariales internacionales. Las referencias fueron examinadas mediante la teoría de grafos, el cual se encarga de distinguir los artículos más relevantes y los seminales como los recientes (Valencia-Hernández, Robledo, Pinilla, Duque-Méndez & Olivar-Tost, 2020; Zuluaga et al., 2016). Basándonos en los criterios anteriores se obtuvo una muestra de 247 documentos. Luego, estos artículos fueron revisados para generar la muestra definitiva.

Para tal fin se excluyeron documentos diferentes a los presentados como artículos y se consideraron los siguientes criterios de selección de documentos: 1) Los de dataje más actual (artículos con una publicación no mayor 10 años), 2) el título del artículo

se relacione con subárea abordada, y 3) seleccionar los que mayor correspondencia guarden. No obstante, frente al primer criterio se exceptúan los artículos de autores seminales que marcan en cada una de las temáticas. Como muestra final se obtuvo un total de 50 artículos representados en un 32% para la primera subárea, un 36% para la segunda, y 32% en la tercera.

En la **Figura 1** se muestra la red de citas final junto con las subáreas. Esta metodología es novedosa y permite llegar rápidamente a las subáreas de un tema. Algunas aplicaciones se han realizado en branding corporativo (Buitrago, Duque & Robledo, 2020), en psicología (Landinez-Martínez, Robledo-Girando & Montoya-Londoño, 2019) y en responsabilidad social universitaria (Duque & Cervantes-Cervantes, 2019).

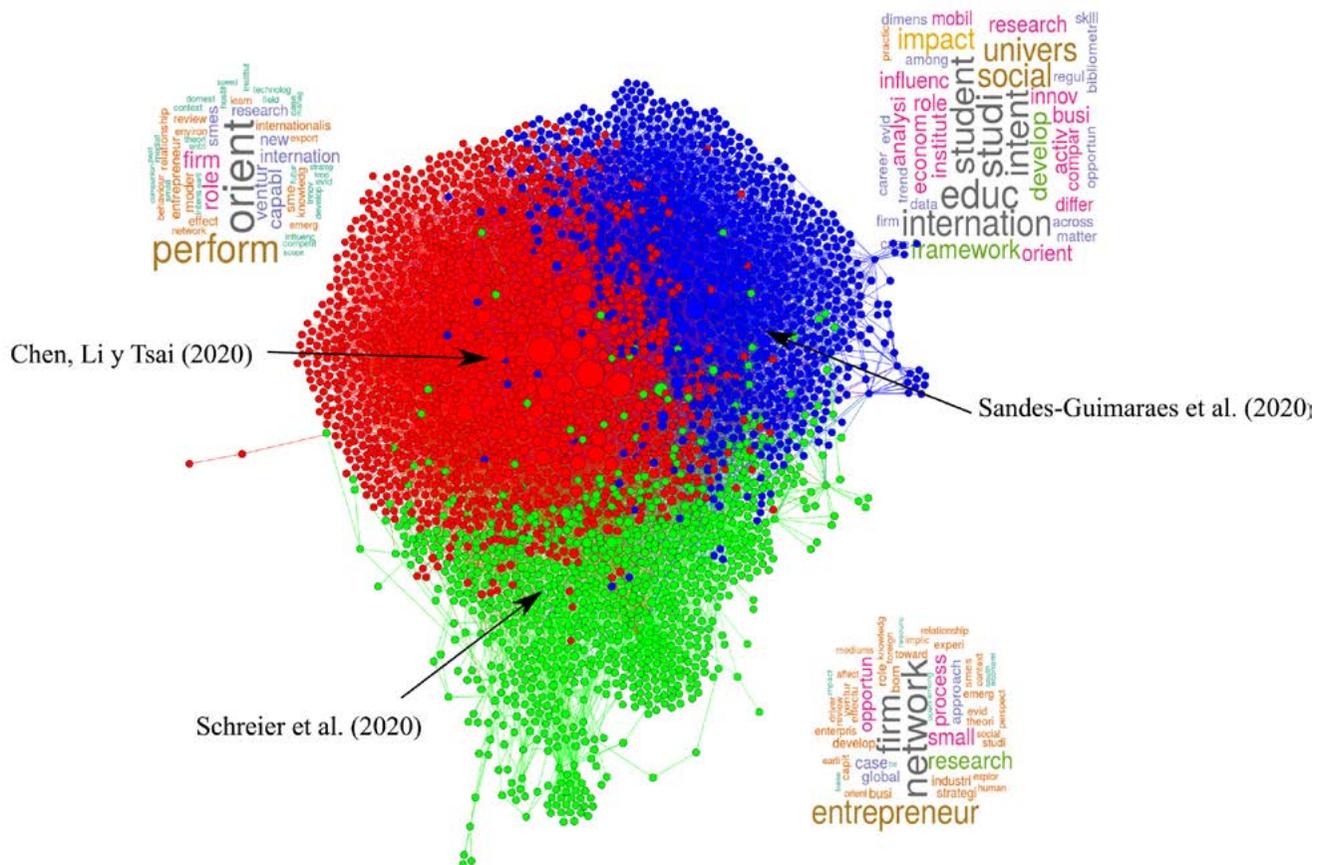


Figura 2. Red de citas sobre internacionalización de emprendimientos.
Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

La **Figura 1** permite entrever los 17 enfoques de la IE asociados a este concepto, lo cual refleja la riqueza y diversidad del fenómeno de estudio. Para efectos de la presente investigación centramos nuestro interés en las subáreas con mayor concentración de documentos, siendo estas las últimas tres subáreas de la figura (17, 11, 8). Al analizar el contenido de las subáreas se aprecia la orientación de cada una y con ello se permite la construcción de su denominación las cuales corresponden a: Orientación al emprendimiento en la internacionalización, Educación en la internacionalización de los emprendimientos y Redes empresariales Internacionales.

La red de citas plasmada en la **Figura 2** permite apreciar las tres subáreas con mayor importancia de la IE, las cuales fueron seleccionadas debido a que representan el mayor número de investigaciones asociadas al fenómeno de estudio. Esta red se encuentra compuesta de 7330 nodos (artículos) y 29308 enlaces (citas). Dentro de la red de citas se resalta un autor del año en curso para cada una de las subáreas.

Seguidamente, se realiza la revisión de cada una de las subáreas y se destacan los elementos, autores y aportes que han contribuido a la formación de un discurso resultante de investigaciones realizadas a los objetos de estudio de interés en cada uno de estos enfoques. Estas subáreas están comprendidas por algunos autores seminales y, en especial los que han aportado al estudio en esta última década.

Subárea 1: Orientación al Emprendimiento Internacional

Las dinámicas actuales favorecen e intensifican los procesos de intercambio comercial más allá de las fronteras nacionales, por ende, cobra vital importancia la internacionalización de los emprendimientos en aras de no vislumbrarse rezagadas en un futuro cercano. Por tanto, el término Orientación Emprendedora (OE) se refiere a los procesos, prácticas y toma de decisiones que emergen de la iniciativa empresarial representados en una nueva entrada, es decir, que algunas empresas están más orientadas que otras a buscar oportunidades fuera del contexto nacional (**Lumpkin & Dess, 1996**).

La OE ha sido asociada de manera favorable con diferentes variables para la propensión de los procesos de internacionalización. En efecto, la literatura evidencia elementos internos que promueven la orientación empresarial de la organización, por ejemplo, **Chen, Li y Tsai (2020)** hacen hincapié en la creación de conocimiento, para reconocer así al conocimiento como el recurso más valioso que promueve la creación de ventajas competitivas. Por su parte, **Martin y Javalgi (2016)** vinculan las capacidades de comercialización, siendo estas esenciales para desplegar la propuesta de valor de la organización y donde se generan ventajas competitivas dada a reducción de costos logísticos.

Para vislumbrar las operaciones en los mercados internacionales, **Jin y Cho (2018)** encuentran que las organizaciones que apropian y explotan las capacidades tecnológicas y de marketing en sus procesos organizacionales obtienen desempeños favorables en sus exportaciones. Para **Lin, Cao y Cottam (2020)**, la OE guarda una relación positiva con la mentalidad global, la formación de redes y adquisición de conocimientos en la internacionalización de las Pymes Chinas, las cuales han tenido un significativo dinamismo y crecimiento.

En el marco de los elementos de mayor compromiso que demandan procesos más sofisticados y nuevos actores en pro de la incursión en nuevos mercados, se destaca por la innovación asociada con el desempeño de la organización, especialmente cuando se aplica la innovación abierta (**Freixanet, Braojos, Rialp-Criado & Rialp-Criado, 2020**). Este tipo de innovación incrementa con el grado de internacionalización y se efectúa bajo una orientación al mercado dada las características propias de los clientes en las

diferentes culturas y sus necesidades (Genc, Dayan & Genc, 2019). En efecto, Raats y Krakauer (2020) analizaron las dimensiones de la Orientación al Emprendimiento Internacional (OEI) para pymes en Brasil y detonó que la proactividad e innovación son los elementos claves que las empresas asocian a este fenómeno.

Otro elemento es el aprendizaje experiencial que se adquiere mediante el aprendizaje propio y la interrelación con las redes de proveedores, clientes y competidores, por ende, la conformación debe ser estratégica (Karami & Tang, 2019). La estructura empresarial debe estar orientada al conocimiento de los aliados estratégicos dentro de la red, mediante el establecimiento de medidas tecnológicas tanto internas como externas, en aras de garantizar canales fluidos de comunicación que vislumbren las oportunidades del mercado (Solano-Acosta, Herrero-Crespo & Collado-Agudo, 2018). La motivación también juega un papel determinante en la OEI, por ejemplo, Li, Qian, Qian y Lu (2018) hallaron que este elemento es más preponderante en las empresas cuando su cumplimiento está por debajo de sus expectativas, lo que conlleva a que las aspiraciones se mantengan con mayor ahínco.

El rol del empresario también reviste de gran valor debido a que sus características propias tienen una incidencia directa en las apreciaciones, percepciones y, por ende, en la toma de decisiones que determinan la orientación dada a la pequeña empresa. Acorde a Sahin y Gurbuz (2020), para que la firma tenga altos niveles de rendimiento es necesario que el líder cuente con Inteligencia Cultural (CQ) debido a que esta contribuye de manera favorable en las relaciones con los grupos de interés en contextos internacionales. Elementos como la experiencia y personalidad que favorecen la orientación a la internacionalización junto con las características propias de las organizaciones son asociados de manera positiva a la orientación de la empresa (Crespo & Aurélio, 2020).

En relación con la experiencia del líder, D'Angelo y Presutti (2019) consideran un factor contemplado dentro de la Orientación Empresarial (EO) y la Orientación al Aprendizaje (LO), el cual favorece favorablemente la internacionalización de las INV de la mano con el liderazgo del empresario. Los empresarios con mayor orientación a la toma de riesgos son aquellos que tienen más posibilidades de prosperar que sus homólogos al incursionar en alcances geográficos más extensos y en especial si son pioneros en industrias exclusivas (Ismail, 2017). En efecto, los empresarios con visión más global y un espectro de alcance geográfico más amplio, según Cortellazzo, Bonesso y Gerli (2020), se caracterizan por generar dinámicas de trabajo conjunto, tienen alta orientación al aprendizaje y son promotores del cambio.

Subárea 2: Educación en la internacionalización de los emprendimientos

La educación ha sido permeada de manera significativa por los cambios económicos y las exigencias que estas demandan, en especial, las instituciones de educación superior quienes desde finales del siglo XX han presentado limitaciones, por ejemplo, recortes en el presupuesto educativo, cambios en las condiciones docentes y diversidad en los estudiantes (Altbach, 1998). En la actualidad, las limitaciones previstas aún se evidencian, de modo que se hace *sine qua non* que la academia adapte su

ideología para transformarse en universidades empresariales. La incursión de este nuevo concepto obedece a que el modelo tradicional de universidad carece de la capacidad de absorción del conocimiento en las pymes cercanas a los ecosistemas universitarios (Lee, 2008).

En pro de generar estas disrupciones, la académica ha reconocido la importancia del Emprendimiento Internacional durante las últimas tres décadas y, por ende, ha centrado especial interés en la formación de competencias empresariales (Kaartemo, Coviello & Zettinig, 2018). En ese sentido, el abordaje de la enseñanza en educación empresarial debe adoptar diversas herramientas tecnológicas para favorecer los procesos de enseñanza, a razón de que estas permiten apreciar las transformaciones y el impacto del avance tecnológico en las organizaciones empresariales.

Por consiguiente, la academia debe convertirse en el axioma que facilite los procesos de internacionalización de las economías en los nuevos mercados, especialmente aportar a los emprendimientos mediante el fortalecimiento de las redes de interés (Dabic, Caputo, Rialti & Pellegrini, 2017). De ahí que la académica apropie desde una concepción holística sus procesos de internacionalización para diversificar tanto sus fuentes de financiación como las capacidades de los graduados en el campo empresarial (Minola, Donina & Meoli, 2016).

En la búsqueda del fomento del espíritu empresarial en los contextos internacionales, los planes de estudio deben orientarse a promover un perfil emprendedor que requiere: perfiles de docentes emprendedores, metodologías de enseñanza asertivas, conexión con exalumnos que sean emprendedores, entre otros elementos (Lombardi, Lardo, Cuzzo & Trequattrini, 2017; Fuentes, Rada & Torrenegra, 2016). Del mismo modo, las capacitaciones y conocimientos adquiridos aportan favorablemente porque son las bases para la calificación del talento humano y tienen una incidencia con el interés de formación de ideas de negocio (Gieure, Benavides-Espinosa & Roig-Dobón, 2019). Estos conocimientos tienen mayor apropiación acorde a los enfoques empleados, dentro de las cuales se destacan por Cumming y Zang (2018), el aprendizaje, mediante resolución de problemas, la orientación a los procesos prácticos y el aprendizaje por servicios.

La intención empresarial es un factor que está directamente relacionado con la iniciativa empresarial (Nguyen, 2017; Gálvez-Albarracín, Reyes-Velasco & Rodríguez-Orejuela, 2018). En consecuencia, Davey, Plewa y Struwing (2011) denotaron un mayor interés de generar iniciativas empresariales por parte de los estudiantes en economías en desarrollo africanas, aunque cuente con ambientes menos favorables para la gestión de los negocios que su contraparte europea.

Por su parte, Odewale, Rani, Migiro y Ulufemi (2019) hallaron que los estudiantes de posgrado de Malasia asocian dentro de la formación académica los conceptos de innovación y el conocimiento técnico como variables de mayor preponderancia en su iniciativa empresarial. Además, se asocia que el género y la cultura propia del país de origen influyen en el interés de emprender por parte de los estudiantes, a razón de las diferencias enmarcadas en la seguridad de sus decisiones y su contexto (Daim, Dabic & Bayraktaroglu, 2016). En consecuencia, los países muestran el interés por participar de estos escenarios está más relacionada con el género masculino.

Paralelamente, la internacionalización de la educación superior ha asumido diversas formas y se destaca los programas de movilidad académica internacional a los cuales se les atribuye el fortalecimiento de las capacidades y productividad tanto de académicos como estudiantes (Sandes-Guimaraes, Tavares, Axel-Berg, Rosso & Plonski, 2020). Así mismo, se asocia que los estudiantes móviles gozan de unas condiciones en su contexto más favorables en relación con los no móviles y que al vivir el intercambio adquieren una mayor orientación a ser empresarios motivados por interés propios (Roman & Paraschiv, 2019). De igual manera, estos jóvenes tienen más posibilidades de tener éxito profesional porque cuentan con aptitudes y habilidades que favorecen la disposición a un pensamiento más abierto y global (Baluku, Löser, Otto & Schummer, 2018).

Los científicos también se ven favorecidos con programas de movilidad académica, al incrementar esta experiencia su orientación empresarial especialmente cuando estos han tenido experiencia previa con el sector privado o realizado proceso de patentes (Krabel, Siegel & Slavtchev, 2012). En disonancia, Goethner (2017) halló que los científicos que tienen mayor relación con redes internacionales en el desarrollo de sus trabajos de investigación proyectaron menor proyección de orientarse a ser empresarios. Por su parte, Wu y Martin (2018) aportan al rediseño del pensamiento tradicional de las consideradas oportunidades empresariales y enfatizan en las bondades de realizar emprendimientos sociales en Mercados Base de la Pirámide (BPO por sus siglas en inglés) mediante programas de estancia corta en el extranjero, lo que permite el desarrollo de habilidades interculturales para abordar con éxito estos proyectos.

Subárea 3: Redes Empresariales Internacionales

En el ámbito de la internacionalización, las redes desempeñan un rol estratégico debido a que permiten optimizar los recursos y disminuir la incertidumbre que se genera en torno a un nuevo mercado, reconocer sus beneficios genera mejoras en su administración y, por tanto, en su rendimiento (Ahmad & Dimitratos, 2017).

Los procesos de internacionalización de los emprendimientos se ven mediados por multiplicidad de factores que favorecen o dificultan estas dinámicas a causa de las limitaciones de recursos que presentan. Por tanto, que la formación de redes se presenta como una opción esencial de apoyo para las pequeñas empresas en sus diferentes formas como pymes, Nuevas Empresas Internacionales (INV), Nacidas Globales (GB) que desean internacionalizarse porque facilitan o inhiben el crecimiento (Coviello & Munro, 1997).

Es de interés comprender que las diferencias culturales permean y establecen una postura en relación con la confianza y amistad, siendo para algunas culturas la base de partida para entablar negociaciones como para otras un resultado que se evidencia de manera gradual en el desarrollo de las operaciones y no guardan gran trascendencia (Schreier, Scherrer, Udomkit & Farrar, 2020). A su vez, Leppäaho, Chetty y Dimitratos (2018) ratifican la incidencia de la cultura y el mercado en que se desarrolla la red empresarial debido a que determina los

actores y la orientación frente al mercado nacional e internacional. Sin embargo, no basta con conformar redes empresariales para la prosperidad en los negocios internacionales, a esto debe sumársele la identificación de las necesidades de los miembros de la red para generar valor agregado que garantice continuidad y fortalecimiento de la relación (Shahid & Hallo, 2019).

Las economías —donde se aprecian particularidades en su contexto como la alta competencia, un reducido mercado, por ejemplo, los emergentes, SMOPEC, saturación, entre otros— encuentran en la internacionalización una opción para la supervivencia de sus industrias (Sekliuckiene, 2016; Shahid & Hallo, 2019; Julkunen, Gabrielsson & Raatikainen, 2015). Paralelamente, las investigaciones convergen en el analizar las pequeñas empresas en sectores de alta tecnología como software, biotecnología, salud y tecnología de las telecomunicaciones de la información porque, en esencia, estos ameritan mayor conectividad de los vínculos. Orientar con éxito a estas economías en procesos de incursión en nuevos mercados requiere de formación de redes eficientes pues representan oportunidades de exportación (Coviello & Munro, 1995; Gálvez-Albarracín et al., 2018).

Dichas oportunidades permiten eludir procesos de alto costo efectuados tradicionalmente previo al ingreso de nuevos mercados como investigaciones, visitas al mercado, entre otras; y, a su vez, en el trabajo con las redes dinámicas otorgan aportes valiosos a la organización como conocimientos tecnológicos y de las tendencias (Sullivan & Weerawardena, 2006). Por su parte, Santos, Mota & Baptista (2019) vislumbran beneficios como la exploración de oportunidades en el extranjero, adquisición de nuevos mercados y generación de capacidades idiosincrásicas que reconfiguran el pensamiento y enriquecen los procesos empresariales en función de las necesidades de los nuevos mercados. Estos autores muestran que la red debe evolucionar a una concepción estratégica. En contraste, Barbat, Rispal y Randerson (2014) divergen de la relación asimétrica y favorable entre las redes y los procesos de exportación, hallan que, aunque en algunos casos se inició con fuerza, no es garantía de mantener estos procesos.

Las redes tienen diversidad de clasificaciones para asociar a los actores que intervienen en los procesos de relacionamiento, siendo una de estas la distinción en redes formales, informales e intermedias (Sekliuckiene, 2016). En el contexto de la internacionalización de los emprendimientos son empleadas con más preponderancia las redes informales. Sin embargo, las redes informales que atañen a las relaciones del emprendedor con sus contactos personales, carecen de mayor investigación junto a las redes intermedias que representan los vínculos institucionales (Sedziniauskiene, Sekliuckiene & Zucchella, 2019).

Estas redes informales o lazos débiles permiten agilizar los procesos de ingreso a mercados extranjeros, basados en el contacto social de su capital humano, para adquirir así mayor importancia en la visión de crecimiento internacional y de crecimiento de la red (Loane & Bell, 2006). Las redes gubernamentales y de la industria que están comprendidas dentro del tipo de red intermedias acorde con Chang, Jack y Webster (2017) son una fuente significativa de recursos, conocimientos y apoyo a

los empresarios pre y post el proceso de internacionalización, siendo las segundas percibidas como más afines a los intereses colectivos.

El capital social es un elemento que denota gran importancia en las interacciones de la red empresarial internacional e impacta en la cadena de valor macro y micro-ambientales, siendo un factor clave en las economías distantes y abiertas (Kahiya, 2020). Por consiguiente, es recomendable que las pequeñas empresas generen y afiancen sólidos lazos en la red con sus homólogos de mayor posición como las multinacionales, a razón que estos son un medio para mejorar su condición a futuro frente al acceso de nuevos mercados (Julkunen et al., 2015) Aunque el establecimiento de redes empresariales presentan bondades significativas, la decisión de implementación se dificulta en algunos casos por diversas variables, por ejemplo, en el caso de Italia las restricciones institucionales y la distancia psíquica con los mercados externos (Zardini, Rossignoli & Soliman, 2013).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Este artículo realizó una revisión de literatura profunda acerca de la internacionalización del emprendimiento por medio de la búsqueda de las principales subáreas. En este artículo examinamos sistemáticamente cada una de estas subáreas a profundidad con el fin de dar a conocer cuáles son las temáticas que han denotado mayor preponderancia en la comunidad académica y las respectivas acotaciones que se han establecido en estas. Para tal fin, se escogieron las tres subáreas más relevantes de un total de 247 artículos, de los cuales se seleccionaron y analizaron 50 artículos. La selección de los artículos se hace con base en los que tienen mayor correspondencia con la subárea, los de dataje más actual, o algunos seminales que establecieron la pauta en el abordaje de estos temas.

El panorama general de la IE permite evidenciar el interés en su estudio dado el crecimiento de la producción científica al pasar de tener, en el año 2003, un número de 20 artículos a 154 artículos en el año 2019, lo que representa un crecimiento promedio del 24,7%. Esto muestra, por un lado, lo amplió y diverso de este campo del conocimiento y, por otro lado, lo ambiguo de su comprensión al tener multiplicidad de conceptos, algunos vacíos o contradicciones en las teorías, procesos y criterios que aportan o desfavorecen la iniciativa de la IE. El panorama de las subáreas permite entrever cómo la IE ha permeado otros campos de acción diversos al empresarial, por ejemplo, el educativo que corresponde a la segunda subárea.

Lo anterior permite inferir la importancia y el alcance de la IE como transversal y multidisciplinar, en primera instancia, la importancia se extrapola con dinámicas actuales que promueven la generación de fuentes propias de empleo y ven en la figura del emprendimiento la creación de organizaciones sostenibles, dichas dinámicas han establecido nuevas sinergias entre la academia, empresa y estado. Y, en segunda instancia, el alcance desde una óptica transversal y multidisciplinar obedece a que la IE aplica a todas las áreas del conocimiento que desarrollen productos o presten servicios y vislumbren ser partícipes de la multiplicidad de los beneficios que se obtienen en los procesos de internacionalización.

El análisis de las subáreas reflejó una panorámica de temáticas que se interrelacionan en cada una de estas. En la primera subárea denominada *Orientación al emprendimiento internacional* establece las variables que contribuyen a la iniciativa emprendedora, se destaca mediante la revisión de literatura aspectos como: las actividades internas o bajo el control por parte de la organización, la innovación y el perfil del emprendedor. Estos se encargan de aportar ventajas competitivas a la organización al ser concebidos bajo premisas de flexibilidad en su estructura organizacional y una visión prospectiva y proactiva ante los requerimientos del mercado a futuro. Además, otro de los beneficios en el que convergen estas variables es en que se asocian a un favorecimiento de la orientación emprendedora al brindar un espectro más amplio de las oportunidades en nuevas latitudes.

En la segunda subárea denominada Educación en la *Internacionalización de los Emprendimientos* se evidencia el devenir que ha tenido la academia para dar respuesta a las necesidades actuales; se parte desde una transformación ideológica hacia la universidad empresarial, donde la internacionalización del currículo y sus programas de extensión toman un rol relevante a nivel mundial, y obtienen como resultados estudiantes con una visión más global, y de mayor estímulo a la orientación emprendedora, dado el aporte de capital social. Esto permite vislumbrar oportunidades fuera del contexto nacional y se destacan otros actores que se benefician, tales como los investigadores y su ecosistema (empresas y regiones).

La tercera subárea, denominada *Redes Empresariales Internacionales*, tiene relación directa con la primera subárea, porque la formación de redes tiene un papel importante en los resultados diferenciadores de las actividades internas, o bajo el control por parte de la organización. Además, el involucrar en el establecimiento de las redes, a los diferentes actores que están inmersos de los procesos como proveedores, instituciones y clientes genera mecanismos efectivos para el crecimiento de la organización, principalmente porque identifican aspectos vitales como oportunidades, adquisición de conocimiento, procesos, reducción de costos y tiempos.

En cada una de las subáreas se identificó el interés académico en los países objeto de estudio y se encontró que, en el caso de la primera subárea, se centra en mercados emergentes liderados por los países asiáticos como China, Taiwán, Emiratos Árabes, Corea del Sur y Malasia, seguido por los países desarrollados europeos como España, Portugal e Italia. La segunda subárea incluye análisis a países de manera individual y conjunta del mismo o diversos continentes. Sin embargo, prevalece el estudio orientado a los países desarrollados europeos.

Mientras que la tercera subárea aborda los estudios individuales liderados por el análisis a países de Oceanía y Europa, lo que evidencia mayor interés de estudio por aquellas que tienen características particulares como lo son las comprendidas en Oceanía, por sus condiciones especiales del mercado. Si bien es cierto que la IE denota multiplicidad de factores, el contexto donde se gestan y desarrollan dichos procesos cobra especial importancia dado que favorece la iniciativa, la rapidez y conexiones (Sigfusson & Harris, 2013; Ismail, 2017). Así pues, este trabajo refleja una precaria investigación enmarcada en mercados emergentes americanos y africanos como los de países menos desarrollados.

En cuanto a los documentos analizados en este artículo, se halló que los mismos se centraron en su gran mayoría en el objeto de estudio. En el caso de la primera subárea, el 87.5% analizó a las pymes en sus diferentes axiomas y tan solo el 12.5% realiza análisis de literatura; de la segunda subárea, el 89% se enfocó en los estudiantes de diversas disciplinas y niveles de estudio como pregrado y postgrado, el 5.5% enfocó el estudio a científicos y tan solo el 5.5 fue de revisión de literatura; y respecto a la tercera subárea, el 89% se orientó en las pymes en especial de alta tecnología. En línea con lo anterior, se puede apreciar que las subáreas que están directamente relacionadas con el quehacer empresarial, en este caso la primera y tercera, contemplan con mayor preponderancia en sus unidades de estudio los grupos empresariales o sus líderes, para converger así con lo estimado en la literatura de la IE donde la internacionalización surge de los resultados de estos dos actores (Oviatt & Phillips, 2005).

Por último, las limitaciones de este examen radican en el número de artículos analizados como el uso de una sola base de datos (Scopus), por consiguiente, se recomienda ampliar las bases de datos para abordar mayor amplitud de documentos que guarden estrecha relación con las subáreas y así dar mayor profundidad. Teniendo en cuenta los resultados de la investigación, se sugiere para el desarrollo de futuras investigaciones una aplicación del tema orientado a analizar la incidencia del networking, capital social y la fortaleza de las redes para los emprendimientos internacionales de diferentes sectores ubicados en mercados emergentes de América Latina y África, lo cual permitiría identificar el comportamiento actual de estas variables en la praxis de estos mercados con particularidades especiales y a partir de estos resultados proponer estrategias para contribuir a su fortalecimiento en pro de la inserción de los escenarios internacionales y, de esta manera, favorecer el potencial que tienen estos territorios por su dotación de factores y ubicación geográfica.

REFERENCIAS

- Ahmad, S. & Pavlos, D. (2017). International Entrepreneurship and Networks. In G. Ahmetoglu, T. Chamorro-Premuzic, B. Klinger and T. Karcisky (ed.), *The Wiley Handbook of Entrepreneurship* (Vol. 6, pp. 451–483). Chichester: John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118970812.ch20>
- Altbach, P. G. (1998). *Comparative Higher Education: Knowledge, the University and Development. (Contemporary Studies in Social and Policy Issues in Education)*. Hong Kong: Hong Kong University.
- Aria, M. & Corrado, C. (2017). Bibliometrix: An R-Tool for Comprehensive Science Mapping Analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Baier-Fuentes, H. B., Hormiga, E., Miravittles, P. & Blanco-Mesa, F. (2019). International Entrepreneurship: A Critical Review of the Research Field. *European Journal of International Management*, 13(3), 381–412. <https://doi.org/10.1504/ejim.2019.099427>

- Baier-Fuentes, H., Merigó, J., Amorós, J. & 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>
- Baluku, M. M., Löser, D., Otto, K. & Schummer, S. E. (2018). Career Mobility in Young Professionals: How a Protean Career Personality and Attitude Shapes International Mobility and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Global Mobility: The Home of Expatriate Management Research*, 6(1), 102–122. <https://doi.org/10.1108/JGM-10-2017-0041>
- Banco Mundial. (february 13, 2018). El empleo, núcleo del desarrollo: transformar economías y sociedades mediante puestos de trabajo sostenibles. *Banco Mundial.org*. Disponible en <https://www.bancomundial.org/es/results/2018/02/13/jobs-at-the-core-of-development>
- Barbat, V., Rispal, M. & Randerson, K. (2014). Disentangling the Roles of International Entrepreneurial Orientation and Networking in the Internationalisation Process of SESBs. *Entrepreneurship and Small Business*, 23(3), 1476–1297. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2014.065527>
- Bibliometrix. (versión actual). Herramienta R. [Aplicación]. Disponible en <https://www.bibliometrix.org/>
- Blondel, V. D., Guillaume, J. L., Lambiotte, R. & Lefebvre, E. (2008). Fast Unfolding of Communities in Large Networks. *Journal of Statistical Mechanics*, (10), 1–12. <https://doi.org/10.1088/1742-5468/2008/10/P10008>
- Buitrago, S., Duque, P. & Robledo, S. (2019). Branding Corporativo: una revisión bibliográfica. *Económicas CUC*, 41(1), 143–162. <https://doi.org/10.17981/econ-cuc.41.1.2020.Org.1>
- Camargo, M. D., Cardona, G. O. & Mira, A. G. (2017). Institucionalismo económico e internacionalización de empresas: una revisión de literatura. *Económicas CUC*, 38(1), 185–206. <http://dx.doi.org/10.17981/econ-cuc.38.1.09>
- Chang, F. Y. M., Jack, R. & Webster, C. M. (2017). Pre and Post-Entry Resource Needs for International Entrepreneurs: The Role of Government and Industry Networks. *Journal of Management & Organization*, 23(2), 186–205. <https://doi.org/10.1017/jmo.2016.52>
- Chen, Y. C., Lin, Y. H. & Tsai, H. T. (2020). Toward Greater Understanding of the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and International Performance. *Management International Review*, 60(2), 211–245. <https://doi.org/10.1007/s11575-020-00414-x>
- Cortellazzo, L., Bonesso, S. & Gerli, F. (2020). Entrepreneurs' Behavioural Competencies for Internationalisation: Exploratory Insights from the Italian Context. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(4), 723–747. <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2018-0806>
- Coviello, N. E. & Munro, H. J. (1997). Network Relationships and the Internationalisation Process of Small Software Firms. *International Business Review*, 6(4), 361–386. [https://doi.org/10.1016/s0969-5931\(97\)00010-3](https://doi.org/10.1016/s0969-5931(97)00010-3)

- Coviello, N. E. & Munro, H. J. (1995). Growing the Entrepreneurial Firm. *European Journal of Marketing*, 29(7), 49–61. <https://doi.org/10.1108/03090569510095008>
- Crespo, N. & Aurélio, D. (2020). Between Domestic and International New Ventures: The Relevance of Entrepreneurs' and Firms' Characteristics. *European J. of International Management*, 14(1), 28–54. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2020.103796>
- Cumming, D. & Zhan, F. (2018). International Entrepreneurship Education. *Journal of Teaching in International Business*, 29(5), 180–184. <https://doi.org/10.1080/08975930.2018.1514817>
- 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>
- Dabic, M., Caputo, A., Rialti, R. & Pellegrini, M. M. (2017). Entrepreneurial Education and Internationalisation of Firms in Transition Economies: A Conceptual Framework from the Case of Croatia. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(2/3), 1–16. <https://doi.org/10.1504/WREMSD.2017.10003436>
- Daim, T., Dabic, M. & Bayraktaroglu, E. (2016). Students' Entrepreneurial Behavior: International and Gender Differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5(1), 1–22. <https://doi.org/10.1186/s13731-016-0046-8>
- Davey, T., Plewa, C. & Struwig, M. (2011). Entrepreneurship Perceptions and Career Intentions of International Students. Edited by Ghulam Nabi. *Education + Training*, 53(5), 335–352. <https://doi.org/10.1108/00400911111147677>
- Duque, P. & Cervantes-Cervantes, L.S. (2019). Responsabilidad Social Universitaria: una revisión sistemática y análisis bibliométrico. *Estudios Gerenciales*, 35(153), 451–464. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.153.3389>
- Freixanet, J., Braojos, J., Rialp-Criado, A. & Rialp-Criado, J. (2020). Does International Entrepreneurial Orientation Foster Innovation Performance? The Mediating Role of Social Media and Open Innovation. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(1), 33–44. <https://doi.org/10.1177/1465750320922320>
- Fuentes, G., Rada, J. & Torrenegra, A. (2016). Medición de variables psicológicas, económicas y sociales para identificar factores ocultos de los emprendedores en Barranquilla. *Económicas CUC*, 37(1), 177–202. <http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.15.5.2016.08>
- Gálvez-Albarracín, E., Reyes-Velasco, M. & Rodríguez-Orejuela, A. (2018). Efecto de la orientación emprendedora en las exportaciones de las empresas colombianas. *Económicas CUC*, 39(1), 27–40. <https://doi.org/10.17981/econcuc.39.1.2018.02>
- Genc, E., Dayan, M. & Genc, O. F. (2019). The Impact of SME Internationalization on Innovation: The Mediating Role of Market and Entrepreneurial Orientation. *Industrial Marketing Management*, 82, 253–264. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.01.008>

- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. & Roig-Dobón, S. (2019). Entrepreneurial Intentions in an International University Environment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(8), 1605–1620. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2018-0810>
- Goethner, M. (2017). International Research Collaboration and Academic Entrepreneurship — Evidence from Germany. In: R. Fini and R. Grimaldi, *Process Approach to Academic Entrepreneurship: Evidence from the Globe* (pp. 55–79). Suny: World Scientific Publishing. https://doi.org/10.1142/9789813220621_0003
- Ismail, N. A. (2017). The Roles of International Entrepreneur Orientation and Geographical Scope Level to Determine International Performance: A Case in the Malaysian Halal Food Industry. *International Journal of Entrepreneurship & Small Business*, 21(1), 32–46. Recuperado de <https://www.abacademies.org/abstract/the-roles-of-international-entrepreneur-orientation-and-geographical-scope-level-to-determine-international-performance--6513.html>
- Jin, B. & Cho, H-J. (2018). 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*, 33(5), 585–598. <https://doi.org/10.1108/jbim-02-2017-0043>
- Julkunen, G., Gabrielsson, M. & Raatikainen. (2015). International Entrepreneurial Networking Strategies: Breaking out as a Global Player. In: P. N. Ghauri and V. H. Manek (Ed.), *Handbook of Research on International Entrepreneurship Strategy*, (pp. 66–84). Northampton: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781783471584>
- Kaartemo, V., Coviello, N. & Zettinig, P. (2018). International Entrepreneurship as an AdmittanceSeeking Educational Field. *Journal of Teaching in International Business*, 29(29), 184–212. <https://doi.org/10.1080 / 08975930.2018.1486777>
- Kahiya, E. T. (2020). Context in International Business: Entrepreneurial Internationalization from a Distant Small Open Economy. *International Business Review*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101621>
- Karami, M. & Tang, J. (2019). Entrepreneurial Orientation and SME International Performance: The Mediating Role of Networking Capability and Experiential Learning. *International Small Business Journal*, 37(2), 105–124. <https://doi.org/10.1177/0266242618807275>
- Keupp, M. M. & Gassmann, O. (2009). The Past and the Future of International Entrepreneurship: A Review and Suggestions for Developing the Field. *Journal of Management*, 35(3), 600–633. <https://doi.org/10.1177/0149206308330558>
- Knight, G. A. (1997). Emerging Paradigm for International Marketing: The Born Global Firm. [Dissertation thesis]. Michigan State University, East Lansing, USA.
- Knight, G. A. & Cavusgil, D. 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>

- Krabel, S.; Siegel, D. S. & Slavtchev, V. (2012). The Internationalization of Science and Its Influence on Academic Entrepreneurship. *The Journal of Technology Transfer*, 37(2), 192–212. <https://doi.org/10.1007/s10961-010-9182-7>
- Landinez-Martínez, D., A., Robledo-Girando, S. & Montoya-Londoño, D. M. (2019). Executive Function performance in patients with obesity: A systematic review. *Psychologia*, 13(2), 121–134. <https://doi.org/10.21500/19002386.4230>
- Lee, W. O. (2008). The Repositioning of High Education from Its Expanded Visions: Lifelong Learning, Entrepreneurship, Internationalization and Integration. *Educational Research for Policy and Practice*, 7(2), 73–83. <https://doi.org/10.1007/s10671-008-9045-2>
- Leppäaho, T., Chetty, S. & Dimitratos, P. (2018). Network Embeddedness in the Internationalization of Biotechnology Entrepreneurs. *Entrepreneurship and Regional Development*, 30(5-6), 562–584. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1408697>
- Li, L., Qian, G., Qian, Z. & Lu, I. R. R. (2018). Aspiration, Foreignness Liability and Market Potential: How Do They Relate to Small Firms' International Entrepreneurial Orientation? *International Marketing Review*, 35(6), 1009–1032. <https://doi.org/10.1108/IMR-03-2017-0062>
- Lin, Z., Cao, Z. & Cottam, E. (2020). International Networking and Knowledge Acquisition of Chinese SMEs: The Role of Global Mind-Set and International Entrepreneurial Orientation. *Entrepreneurship & Regional Development*, 32(5-6), 449–465. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1640459>
- 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/10.14108/02651330610703409>
- Lombardi, R., Lardo, A., Cuzzo, B. & Trequattrini, R. (2017). Emerging Trends in Entrepreneurial Universities within Mediterranean Regions. *EuroMed Journal of Business*, 12(2), 130–145. <https://doi.org/10.1108/emjb-10-2015-0052>
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135–172. <https://doi.org/10.2307/258632>
- Martin, S. L. & Javalgi, R. G. (2016). Entrepreneurial Orientation, Marketing Capabilities and Performance: The Moderating Role of Competitive Intensity on Latin American International New Ventures. *Journal of Business Research*, 69(6), 2040–2051. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.149>
- Minola, T., Donina, D. & Meoli, M. (2016). Students Climbing the Entrepreneurial Ladder: Does University Internationalization Pay Off? *Small Business Economics*, 47(3), 565–487. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9758-1>
- Moral-Muñoz, J. A., Herrera-Viedma, E., Santisteban-Espejo, A. & Cobo, M. J. (2020). Software Tools for Conducting Bibliometric Analysis in Science: An up-to-Date Review. *El Profesional de la Información*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.03>

- Moreno, J. (2010). La Internacionalización de la Empresa Familiar: Modos de Entrada, Recursos y Capacidades. *Económicas CUC*, 31(1), 223–234. Disponible en <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/1195>
- Nguyen, C. (2017). Entrepreneurial Intention of International Business Students in Viet Nam: A Survey of the Country Joining the Trans-Pacific Partnership. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s13731-017-0066-z>
- Odewale, G., Abd Hani, S. H., Migiro, S. O. & Adeyeye, P. O. (2019). Entrepreneurship Education and Students' Views on Self-Employment among International Postgraduate Students in Universiti Utara Malaysia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1–15. Available from <https://www.abacademies.org/abstract/entrepreneurship-education-and-students-views-on-selfemployment-among-international-postgraduate-students-in-universiti--7703.html>
- ONU. OIT. (2019). Datos mundiales sobre las contribuciones al empleo de los trabajadores independientes, las microempresas y las pymes. [Resumen Ejecutivo]. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_723318.pdf
- Oviatt, B. M. & McDougall, 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. & Phillips, 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>
- Raats, R. & Krakauer, P. (2020). International Entrepreneurial Orientation: Exploring the Brazilian Context. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(1), 51–69. <https://doi.org/10.15678/eber.2020.080103>
- Roman, M. & Paraschiv, D.M. (2019). The Young Entrepreneurs of Europe and the Role of International Mobility. *Amfiteatru Economic*, 21(Special 13), 763–777. <https://doi.org/10.24818/ea/2019/s13/763>
- Sahin, F. & Gürbüz, S. (2020). Entrepreneurial Orientation and International Performance: The Moderating Role of Cultural Intelligence. *Journal of Management & Organization*, 26(2), 263–287. <https://doi.org/10.1017/jmo.2017.52>
- Sánchez, S. (2008). Una Mirada al Emprendimiento en Universitarios de la Facultad de Ciencias Económicas de la Corporación Universitaria de la Costa. *Económicas CUC*, 29(1), 105–114. Disponible en <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/1230>
- Sandes-Guimaraes, L., Tavares, A., Axel-Berg, J., Rosso, G. & Plonski, G. (2020). The Impact of International Student Mobility Programs on Brazilian Students' Perceptions of Entrepreneurialism. *Journal of Studies in International Education*, 24(2), 249–268. <https://doi.org/10.1177/1028315319842345>
- Santos, J., Mota, J. & Baptista, C. (2019). The Role of a Strategic Net in International Entrepreneurship: Overcoming the Liabilities of Foreignness and Outsidership in the Context of the Pharma Industry. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(2), 63–82. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00615-3>

- Schreier, C., Scherrer, S., Udomkit, N. & Farrar, J. (2020). Trustworthy Small and Medium-Sized Enterprise Network Partners: Small and Medium-Sized Enterprise Partnerships in the International Entrepreneurial Process. *Global Business Review*, 21(1), 88–107. <https://doi.org/10.1177/0972150919850414>
- Sedziniauskienė, R., Sekliuckienė, J. & Zucchella, A. (2019). Networks' Impact on the Entrepreneurial Internationalization: A Literature Review and Research Agenda. *Management International Review*, 59(5), 779–823. <https://doi.org/10.1007/s11575-019-00395-6>
- Sekliuckienė, J. (2016). Toward International Entrepreneurial Orientation and Networking of Born Global Firms. In: I. Vrdoljak Raguž, N. Podrug, L. Jelenc (eds) *Neostrategic Management. Contributions to Management Science* (pp 159–171). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-18185-1_10
- Shahid, Z. & Hallo, L. (2019). A Network Perspective on the Intermittent Internationalising Experiences of Emerging Economy Entrepreneurial SMEs. In: M. Y. Haddoud, P. Jones and A.-K. E. Onjewu (ed.), *International Entrepreneurship in Emerging Markets: Nature, Drivers, Barriers and Determinants (Contemporary Issues in Entrepreneurship Research)* (Vol. 34, pp. 7–31). Bingley: Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S2040-724620190000010003>
- Sigfusson, T. & Harris, S. (2013). 'Domestic Market Context and International Entrepreneurs' Relationship Portfolios. *International Business Review*, 22(1), 243–258. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2012.04.008>
- Solano-Acosta, A., HerreroCrespo, Á. & Collado-Agudo, J. (2018). Effect of Market Orientation, Network Capability and Entrepreneurial Orientation on International Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs). *International Business Review*, 27(6), 1128–1140. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.004>
- Sullivan, G & Weerawardena, J. (2006). Networking Capability and International Entrepreneurship: How Networks Function in Australian Born Global Firms. *International Marketing Review*, 23(5), 549–572. <https://doi.org/10.1108/02651330610703445>
- Valencia-Hernández, D., Robledo, S., Pinilla, R., Duque-Méndez, N. & Olivar-Tost, G. (2020). SAP Algorithm for Citation Analysis: An improvement to Tree of Science. *Ingeniería e investigación*, 40(1), 45–49. <http://dx.doi.org/10.15446/ing.investig.v40n1.77718>
- Wu, Y. & Martin, J. (2018). Incorporating a Short-Term Study Abroad Service Trip for Educating International Entrepreneurship in the BOP Market. *Journal of Teaching in International Business*, 29(28), 212–248. <https://doi.org/10.1080/08975930.2018.1486779>
- Zardini, A., Rossignoli, C. & Soliman, M. (2013). A Network Perspective for a Borderless International Structure: The Experience of an Italian Entrepreneurial SME in Morocco. *Global Business and Organizational Excellence*, 33(1), 6–18. <https://doi.org/10.1002/joe.21520>

Zuluaga, M., Robledo, S., Osorio-Zuluaga, G., Yathe, L., González, D. & Taborda, G. (2016). Metabolómica y Pesticidas: Revisión Sistemática de Literatura usando Teoría de Grafos para el Análisis de Referencias. *Nova*, 14(25), 121–138. <https://doi.org/10.22490/24629448.1735>

BIODATA

Julieth Paola Acevedo Meneses es profesional en Comercio Exterior de la Universidad de Santander (Cúcuta, Colombia). Especialista en Administración de Negocios Internacionales y actualmente Maestrante en Gerencia de Empresas. Sus intereses de investigación incluyen la investigación de emprendimientos internacionales, internacionalización empresarial, prospectiva de nuevas oportunidades nacionales e internacionales, las redes en el crecimiento empresarial, la logística como generadora de valor. Es investigadora de la Facultad de Ciencias empresariales de la Universidad Francisco de Paula de Santander (Colombia). <https://orcid.org/0000-0002-2350-635X>

Sebastián Robledo Giraldo es ingeniero de la Universidad de Nacional (Manizales, Colombia). Magister en Administración de Empresas. Doctor en Ingeniería y actualmente cursando un Postdoctorado. Sus intereses de investigación incluyen la investigación de: marketing empresarial. Es investigador de la Facultad de ciencias Administrativas, económicas y contables de la universidad Católica Luis Amigó (Colombia). <https://orcid.org/0000-0003-4357-4402>

Magda Zarela Sepúlveda Angarita es Administradora de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander (Cucuta, Colombia). Magister en Gerencia de Empresas Mención Finanzas. Sus intereses de investigación incluyen la investigación de: gestión en la organización, investigadora de la Facultad de Administración, Contaduría y Contabilidad. <https://orcid.org/0000-0003-4212-8507>