



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El proceso de internacionalización en la estrategia de expansión a nuevos mercados

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas

AUTORES

Sócola Del Río, Ricardo Manuel (0000-0001-7607-3706)

Huaytani Silva, Flor de María Luzmila (0000-0001-9510-7887)

ASESOR

Chipoco Quevedo, Mario Javier (0000-0002-4815-4549)

Lima, 21 de marzo del 2021

Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos a Dios por darnos la vida y siempre estar a nuestro lado en el cumplimiento de los objetivos personales y profesionales que nos hemos propuesto.

Agradezco infinitamente a mi esposa y a mis dos pequeños hijos Giacomo y Gia por haberme cedido su tiempo para convertirme en un mejor profesional y así permitirme cumplir una de mis metas personales, asimismo, agradezco su comprensión, tolerancia y apoyo en todas las noches que dije “Papá está estudiando para su futuro”. A ellos mi eterno amor y gratitud.

Ricardo Sócola Del Río

Agradezco en primer lugar a Dios por bendecir a mi familia y a mí con salud, trabajo y amor, por hacerme comprender que todo lo que he tenido que pasar desde muy niña ha sido para hoy hacerme una mujer fuerte, resiliente y empoderada. Asimismo, agradezco aquellas personas muy especiales para mí, que han estado detrás, echándome buenas vibras y las ganas de culminar este trabajo pese a las adversidades, cuando me han visto en momentos muy agobiada y sin ánimos me dieron la mano para levantarme y salir adelante, dentro de ellas a mi partner Ricardo que fue un gran apoyo en este proceso, que, sin conocerlo personalmente, construimos una buena amistad desde el medio digital. Y, sobre todo, agradezco a mis padres, que me permiten demostrarles día a día, que su confianza puesta en mí no será en vano, que lograré todo lo que me proponga para el bien de ellos y por supuesto de mi adorado hermano Víctor Edward.

Flor de María Huaytani Silva

Asimismo, agradecemos a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas por la constante exigencia académica demostrada durante todo este tiempo, que ha permitido contribuir a nuestro desarrollo como profesionales de la carrera. De igual manera agradecemos de manera especial a todos los autores que han aportado sus posiciones en cada uno de sus artículos y que han hecho posible el desarrollo de este trabajo de investigación.

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo contrastar perspectivas relevantes sobre la conveniencia de expandirse de manera gradual o acelerada en el proceso de internacionalización de las empresas, para lo cual se revisaron los modelos o teorías principales, tales como Uppsala, Born Global y la teoría mixta. En cuanto al modelo de Uppsala, este explica un proceso de expansión internacional por etapas, para obtener una rentabilidad empresarial de modo más seguro, mitigar riesgos y reducir recursos financieros. Por otro lado, la teoría Born Global o Nacidas Globales, da cuenta de un proceso de expansión de alcance internacional desde el inicio de las operaciones comerciales, donde se obvian las etapas descritas en el modelo gradual, mediante la utilización de medios tecnológicos y plataformas digitales. Por último, las teorías mixtas se basan en la confianza y la integridad familiar, que influyen en la decisión de explorar nuevos mercados, estudiar el patrón estratégico que se inicia desde la consolidación del mercado nacional y la posterior expansión internacional, ya sea gradualmente o en diferentes tiempos, por medio de la exportación pasiva, la distribución o de forma directa.

Las empresas pueden decidir expandirse de manera acelerada o gradual bajo cualquiera de las estrategias elegidas, con los beneficios y los riesgos derivados de cada decisión. Por consiguiente, el presente análisis busca contrastar diferentes perspectivas en torno a esta temática, cuya discusión que configura la controversia central de la que se ocupa este trabajo, y que se resume en las conclusiones. Finalmente, se sugieren nuevas líneas de investigación sobre el tema.

Palabras clave: *Uppsala, Born Global, nuevas empresas internacionales, velocidad de la internacionalización, internacionalización acelerada o gradual.*

Abstract

The present study aims to contrast relevant perspectives on the convenience of expanding in an accelerated or gradual manner in the internationalization process of companies. To this end, major models or theories, such as Uppsala, Born Global, and mixed theory, were reviewed. The Uppsala model explains a process of international expansion in stages, in order to obtain business profitability in a more secure way, mitigating risks and reducing financial resources. On the other hand, the Born Global theory explains an expansion process of international scope from the beginning of commercial operations, avoiding the stages described in the gradual model, through the use of technological means and digital platforms. Mixed theories are based on trust and family integrity; these influence the decision to explore new markets, study the strategic pattern that begins from the consolidation of the national market and subsequent international expansion at different times or gradually through passive export, distribution or directly. Under any of the chosen strategies, companies can decide to expand in an accelerated or gradual manner, with the benefits and risks derived from each decision. The analysis seeks to contrast different perspectives regarding the convenience of an accelerated or gradual expansion, a discussion that configures the central controversy of this work and that is summarized in the conclusions. Finally, new lines of research on the subject are suggested.

Keywords: *Uppsala, born global, international startups, speed of internationalization, accelerated or gradual internationalization*

Introducción

La velocidad del proceso de internacionalización en la expansión a nuevos mercados ha generado controversia entre los investigadores y los expertos en negocios internacionales de todo el mundo, dentro de un entorno signado por la globalización y los avances tecnológicos. Dada la importancia de la economía global, en esta investigación se realizó una revisión sistemática de la literatura que discute las posturas en torno a este tema.

Partiendo de esto, el presente estudio tiene como objetivo general contrastar perspectivas relevantes sobre la conveniencia de expandirse de manera acelerada o gradual en el proceso de internacionalización de las empresas.

Estos son los objetivos específicos que se pretenden desarrollar:

- Resumir las diferentes teorías y modelos en el proceso de internacionalización de las empresas, a fin de comprender el estado de la cuestión en torno a las estrategias de expansión que fomenten el aumento de su competitividad y las posibilidades de éxito en mercados foráneos.
- Contrastar diferentes perspectivas sobre el proceso de internacionalización de las empresas, para lo que el estudio se concentra en las ventajas y las desventajas de las expansiones graduales y aceleradas.

Este tipo de investigaciones son importantes para que el proceso de internacionalización sea cada vez más exitoso y brinde rentabilidad superior a las empresas; de igual modo, para que la globalización económica beneficie a la sociedad. Como punto de partida, se presentan y analizan

los modelos y las teorías existentes acerca del proceso de internacionalización, para luego abarcar las diferentes posturas de especialistas y expertos en el tema.

Este apartado comprende los trabajos previos en lo que se indicó que una expansión acelerada tiene un impacto positivo en los resultados de las empresas, así como las que señalaron que el efecto en la rentabilidad es negativo. En esta revisión se encontró una tercera postura, desde la que se explicó que el éxito de una ejecución de teorías mixtas dependerá del contexto de la organización y de cómo esta se desenvuelve frente a diversas variables. Por último, se identificaron algunas oportunidades de aumentar el conocimiento en este campo con nuevas investigaciones que contribuyan a la toma de decisiones de expansión internacional.

Adicionalmente, este trabajo presenta algunos modelos teóricos que analizan el proceso de internacionalización de las empresas multinacionales, las PYME, empresas familiares, entre otras. Entre las investigaciones que aportan diferentes enfoques teóricos que intentan explicar el proceso de internacionalización de las empresas, se encuentran las de Johanson y Vahlne (1977), y Oviatt y McDougall (1994).

Por su parte, Chetty et al. (2014) identificaron que, para administrar y comprender mejor la velocidad a la que las empresas deben internacionalizarse, los gerentes y los académicos deben tener una conceptualización adecuada y una medida confiable, también deben validar los beneficios de una expansión acelerada. Por lo tanto, los autores propusieron una nueva conceptualización y operacionalización multidimensional, con base en el modelo original de Uppsala. En este mismo enfoque, Hilmersson y Johanson (2017) investigaron sobre el rendimiento

de la velocidad de internacionalización de las empresas e identificaron tres vacíos en la investigación, a saber, (1) los pocos estudios tratan la velocidad como una variable independiente; (2) la mayoría de los estudios analizan la velocidad solo hasta que comienza la internacionalización; y (3) los estudios han prestado poca atención a la multidimensionalidad del concepto de velocidad.

El enfoque gradual también fue analizado por Lahiri et al. (2020), quienes identificaron que la ejecución del proceso de internacionalización de las medianas y pequeñas empresas familiares puede verse afectada por varios factores que dificultan la planificación y el éxito de la internacionalización. De esta manera, los autores propusieron un marco de estrategia trípode, el cual le brinda orientación a los gerentes con la finalidad de ayudarlos en la toma de decisiones durante el proceso de expansión de mercados. En esta línea, Inouye et al. (2019) manifestaron que, aunque las empresas prefieran una expansión acelerada en lugar del camino lento y constante hacia la internacionalización, pueden encontrar dificultades, dado que los mercados extranjeros objetivo pueden estar geográficamente dispersos y fraccionados en todos los grupos étnicos y lingüísticos de esos países. En ese sentido, a través de sus extensiones teóricas y evidencia empírica, ofrecieron nuevos conocimientos en cuanto a la estrategia global de las organizaciones como motores de exportación en una era de creciente escepticismo sobre la globalización. Estos hallazgos indicaron que las PYME parecen ser menos escépticas con respecto a la globalización, pero más cautelosas a la hora de comprometer recursos cuando se expanden internacionalmente.

En la investigación de Kim et al. (2019) se evidenció que el desempeño financiero es más efectivo cuando una empresa se internacionaliza de forma intrarregional a una velocidad

moderada; no obstante, la internacionalización interregional acelerada genera mayores gastos tecnológicos, de marketing y de estudios de mercado, lo cual desemboca en que el retorno económico sea a largo plazo y lento. Asimismo, el estudio basado en la transformación del conocimiento como lente teórico para explorar la inteligencia empresarial aprovecha la agilidad organizacional para promover la velocidad de la internacionalización.

Se encuentra que Poblete y Amorós (2013) analizaron la teoría de las Nuevas Empresas Internacionales (*International New Venture - INV*), y señalaron cómo las empresas Nacidas Globales (*Born Global*) se introducen en mercados extranjeros al utilizar las redes de apoyo, el tamaño de la empresa y el nivel tecnológico para una expansión acelerada. También desarrollaron la teoría de internacionalización creada por Oviatt y McDougall (1994), a partir de la cual sugirieron que para poder acelerar la exportación de las empresas el entorno deberá ser favorable, de forma que en el gobierno se pueda buscar apoyo para fortalecer las políticas públicas e invertir en las tendencias tecnológicas en las industrias.

En la misma línea, Li et al. (2015) explicaron que la gestión de las empresas Nacidas Globales (*Born Global*) puede deberse a las cualidades psicológicas de los gerentes y la cultura organizacional, que pueden contribuir o no individualmente a la rápida internacionalización de las organizaciones. Tal como lo expusieron Cheng et al. (2020), la inteligencia empresarial tiene una influencia significativa en la velocidad de la internacionalización y, a su vez, la agilidad organizacional intercede de manera positiva en tal relación causal, así como la distancia cultural modera negativamente la relación entre agilidad organizacional y velocidad de internacionalización.

Desde otra perspectiva, Meschi et al. (2017) analizaron dos enfoques, que son la Expansión Secuencial (SE) y la Nueva Empresa Internacional (INV), en las cuales propusieron aplicar una de las teorías mixtas que ayudan a mitigar la tasa de fracaso que adoptan las empresas cuando se internacionalizan mediante un proceso gradual o acelerado.

En un segundo estudio realizado a cuatro empresas italianas, Calabrò et al. (2015) exploraron si la participación de las generaciones entrantes afecta la decisión de explotar y explorar oportunidades internacionales. Además, indicaron que las empresas familiares muestran una cultura basada en la confianza y la integridad familiar, factores que influyen en la decisión de explorar nuevos mercados, y que este patrón estratégico se inicia desde la consolidación del mercado nacional hasta la posterior expansión internacional en diferentes tiempos o de manera gradual, para lo que se empieza con la exportación pasiva y se finaliza con la distribución directa.

Finalmente, se tiene que los autores que explicaron cada enfoque mencionaron que existen perspectivas opuestas en torno al uso de la velocidad gradual acelerada en el proceso de internacionalización en la estrategia de expansión de nuevos mercados, la cual constituye la principal controversia de la que se ocupa este estudio.

Método

En esta investigación se aplicó una metodología de tipo explicativa, basada en una revisión sistemática que busca profundizar el estudio propuesto por otros autores, cuyo alcance académico ha sido reconocido en revistas internacionales de factor de impacto en los cuartiles 1 y 2 en el rubro organizacional, de acuerdo con SJR Scimago Journal, Country Rank y JCR Journal Citation Reports. Por ello, se realizó un compendio de los argumentos expuestos por distintos investigadores, que suman 33 fuentes bibliográficas analizadas, en las que se abordaron diversos sectores económicos en el ámbito mundial, tales como comunicaciones e información, manufactura, agricultura, construcción, comercio, turismo, entre otros, considerados según la geografía, las políticas y los recursos del país asociado.

El trabajo de Chetty et al. (2014) se trató de un estudio empírico centrado en las pequeñas y medianas empresas europeas, para el cual utilizaron una muestra aleatoria estratificada (por tamaño) de 178 empresas del censo de 386 organizaciones internacionalizadas desde su primer año de operaciones, según los datos obtenidos por la cámara de comercio local, ubicada en la región española de Navarra. Estos datos fueron recopilados a través de entrevistas personales a gerentes internacionales o gerentes a cargo de la actividad comercial en el exterior del país.

Por su parte, Vahlne (2020), a partir de una revisión de la literatura, señaló que los hallazgos empíricos llevaron a la formulación de un modelo, más tarde llamado modelo de Uppsala, impulsado por la interacción entre el aprendizaje experiencial y los compromisos para expandir el negocio a nuevos mercados extranjeros, y profundizar los compromisos en los mercados existentes. Posteriormente, las investigaciones guiaron a que las redes se convirtieran en un ingrediente clave del modelo.

De otro lado, Li et al. (2015) llevaron a cabo investigaciones de tipo cuantitativo en empresas de China, por ser el país exportador más grande del mundo y porque las pequeñas empresas han jugado un papel importante en ese crecimiento, por lo que es relativamente fácil localizar pequeñas Empresas Nacidas Globales (*Born Global*). Asimismo, los autores seleccionaron una muestra de 2 132 empresas, de las que 683 proporcionaron respuestas completas. De dicha muestra, 371 organizaciones eran Nacidas Globales, de los rubros manufactura, productos biotecnológicos, equipos de comunicaciones, electrónica, alimentos, calzado, productos de vidrio, muebles hechos a mano, textiles y juguetes.

En ese sentido, siguiendo las pautas de la Small Business Administration of USA (SBA), Inouye et al. (2019) analizaron 312 empresas que no eran Nacidas Globales, de las cuales 115 no contaban con una estrategia de crecimiento que implicara la internacionalización, mientras que las 197 restantes comenzaron a internacionalizarse después del tercer año de su fundación o, en todo caso, no obtuvieron el 25 % o más de facturación de los mercados extranjeros dentro de los tres años de su fundación. La Small Business Administration (SBA) mantiene tres de estas bases de datos, a saber, (1) la base de datos Dynamic Small Business Search (DSBS); (2) la base de datos Trade Mission Online (TMO); y (3) la Lista de empresas de Investigación de Innovación de Pequeñas Empresas / Transferencia de Tecnología de Pequeñas Empresas (SBIR / STTR) (“SBIR-STTR”, Dakota del Norte). Las otras dos bases de datos son (1) el Sistema de Gestión de Adjudicaciones (SAM) para todo el gobierno; y (2) el Mapa de Conglomerados de la Administración de Desarrollo Económico de los Estados Unidos (EDA). Las tres bases de datos

de la SBA y la base de datos SAM contienen registros oficiales de entidades corporativas que buscan realizar transacciones comerciales con el gobierno federal de los EE. UU.

En el caso de Kim et al. (2019) utilizaron un método mixto, por lo que emplearon tanto el enfoque cuantitativo como el cualitativo; además, para su muestra usaron 767 empresas multinacionales chinas (CMNE) proporcionadas por China Stock Market & Accounting Research (CSMAR), las cuales cotizaron en las bolsas de valores de Shanghai y Shenzhen durante el periodo 2002-2014. Por otro lado, como variables dependientes, utilizaron el rendimiento de los activos (ROA) para medir contablemente el desempeño financiero; y como variables independientes y moderadoras incluyeron la velocidad y el espacio geográfico

Un segundo grupo de autores utilizaron encuestas y una serie de herramientas de medición que les permitió validar sus diferentes hipótesis. En principio, Poblete y Amorós (2013) aplicaron un modelo de regresión logística para estudiar el cambio en la probabilidad de que una joven empresa exportadora sea clasificada como INV. La muestra de 112 empresas fue construida a partir de una base de datos del programa Pymexporta, la cual es una línea de cofinanciación para las PYME con la finalidad de facilitar la internacionalización de sus productos.

En segundo lugar, Hilmersson y Johanson (2015) aplicaron una metodología deductiva para investigar una muestra de 183 PYME visitadas *in situ* a través de entrevistas, y calcularon la velocidad de expansión internacional de una empresa mediante información obtenida de una encuesta *in situ* aplicada en 2007 a 203 pequeñas y medianas empresas, y los datos de desempeño en el 2012 de estadísticas oficiales solicitadas a Statistics Sweden; dicha muestra se formó con

base en 277 pequeñas y medianas empresas del sur de Suecia que cuentan con más experiencia internacional. En primer lugar, evaluaron los datos secundarios de cada empresa en relación con los criterios y, como segunda medida, contactaron a las empresas por vía telefónica.

Siguiendo a Cheng et al. (2020), se tiene que construyeron una encuesta longitudinal para 258 empresas del área del delta del río Yangtzé en China. La primera recopilación de datos se realizó en julio-agosto de 2017, a través de una estrategia de encuesta *in situ*, lo que aportó información sobre la velocidad de la internacionalización. Los encuestados incluyeron principalmente los CIO (*Chief Information Officer*) y los altos directivos a cargo de la gestión de la información empresarial; la medición se hizo en función de algunas variables, tales como inteligencia de negocios, agilidad organizacional, distancia cultural, velocidad internacional, variables de control, entre otras.

En primer lugar, el área del delta del río Yangtze incluye el mayor número de empresas internacionalizadas en China, donde los datos son más accesibles, lo cual garantiza su validez. En segundo lugar, los gobiernos chinos han alentado a las empresas a mejorar su competitividad internacional; en consecuencia, los gobiernos suelen ofrecer diversos subsidios financieros y servicios de consultoría para promover que estas empresas adopten las tecnologías relacionadas con las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) en las operaciones comerciales internacionales. En tercer lugar, esta área ha establecido varios parques industriales (por ejemplo, el parque de innovación de talentos en el extranjero de Zhejiang en Hangzhou), que, por lo general, están equipados con una infraestructura establecida de marketing, I + D (Investigación y Desarrollo) y venta de productos basada en TIC.

Otro grupo de autores partieron del análisis de información histórica de bases de datos para estudiar las teorías mixtas en el proceso de internacionalización. En principio, Alessandri et al. (2018) siguieron el método descriptivo con un enfoque cuantitativo, para lo que utilizaron una muestra compuesta por 935 empresas. Para esto, recopilaron los datos de Compustat, Execucomp y Thomson Reuters para las variables independientes, moderadoras y de control de 273 empresas familiares. Las variables independientes fueron el alcance de la internacionalización, la amplitud de internacionalización y la orientación de la región de origen.

Por su lado, Meschi et al. (2017) analizaron 127 empresas que escogieron al azar de una muestra de 547 PYME exportadoras francesas desde el año 2003 hasta el 2012. La metodología correspondió a un enfoque cualitativo en busca de examinar la mejor forma de internacionalizar una PYME.

En el caso de Calabrò et al. (2015) realizaron una investigación empírica con una muestra de empresas familiares italianas de 250 empleados, en promedio. Este trabajo, de tipo explicativo, se basó en casos múltiples para comprender la dinámica en contextos singulares al explorar en la estrategia de replicación de Yin (2003, como se citó en Calabrò et al., 2015), y en entender la internacionalización de las empresas familiares, cómo se lleva a cabo la toma de decisiones dentro de la familia y las empresas, así como la importancia de las nuevas participaciones, el altruismo y la confianza de las futuras generaciones.

En lo que respecta a Kumar et al. (2019), se dedicaron a investigar, mediante el enfoque cuantitativo y cualitativo, la Internacionalización de Trampolín (*Springboard*

Internationalization), que se refiere a aquellas empresas multinacionales que, desde un inicio y en su afán de internacionalizarse, utilizan estrategias agresivas. Los datos para este estudio se obtuvieron de dos fuentes: la base de datos Prowess del Center for Monitoring the India Economy (www.cmie.com) y la base de datos SDC de Thomson Reuters. Finalmente, la data analizada fue de 8 163 empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Bombay o en la Bolsa de Valores Nacional.

Adicionalmente, se encontró otro grupo de investigadores que se basaron en el estudio de casos para proponer la aplicación de teorías mixtas e implementar nuevos modelos que mejoran la velocidad en el proceso de internacionalización. Tal es el caso de Kim y Aguilera (2015), quienes realizaron una investigación empírica mediante el estudio de caso y desarrollaron un conjunto más amplio de mecanismos de aprendizaje sobre la necesidad de un modelo actualizado, el cual aplicaron al estudio de caso de la expansión europea de Hyundai Motors, donde identificaron las condiciones de frontera y las contingencias importantes que pueden moderar las trayectorias de internacionalización. Al integrar la literatura que aborda el aprendizaje organizacional con la investigación sobre semiglobalización, argumentaron que las empresas se internacionalizan a través de la interacción entre tres mecanismos: (1) explotación intrarregional; (2) reconfiguración intrarregional; y (3) exploración interregional.

Los autores Omokaro et al. (2018) aplicaron un muestreo intencional en el proceso de selección de casos. Todas las muestras de casos tenían subsidiarias en al menos tres países, y los sectores comerciales de las empresas han visto crecimiento sectorial y mayor internacionalización durante los últimos años. Asimismo, utilizaron la red social laboral “LinkedIn”, la base de datos

de Osiris y los sitios web de las empresas para identificar a las personas adecuadas en puestos clave dentro de la selección de compañías. Las entrevistas tuvieron lugar en Inglaterra y Nigeria entre septiembre del 2015 y abril del 2016; las cuatro firmas de casos elegidas se presentan como Alfa (Fabricación), Beta (Banca), Gamma (Seguros) y Delta (Information and Communication Technology - ICT).

Por su parte, Orero et al. (2020) propusieron un concepto simple, destacable y de fácil comprensión, por medio de un lienzo empresarial que contiene nueve módulos, los cuales reflejan la lógica de una empresa para generar ingresos y cubren las cuatro áreas principales de un negocio, es decir, clientes, suministro, infraestructura y viabilidad económica. Este estudio se centró en la aplicación de las metodologías Lean y Lean Start-up, que han sido aceptadas por empresarios e investigadores a nivel mundial, por lo que se eligieron para crear una nueva estrategia de internacionalización hacia S2 Grupo de Innovación en Procesos Organizativos S.L.U., una empresa española de ciberseguridad con presencia internacional.

Los autores plantearon un método de entrada *lean* en un mercado externo que se basa en ocho pasos:

Paso 1: segmentación y estudio del mercado.

Paso 2: selección de un mercado de cabeza de playa y cálculo del mercado total direccionable.

Paso 3: determinación de la unidad de toma de decisiones del cliente y el mapeo del proceso para adquirir un cliente que paga.

Paso 4: declaración de la propuesta de valor y la posición competitiva.

Paso 5: desarrollo de producto.

Paso 6: prueba de hipótesis.

Paso 7: identificación de nuevos adoptantes tempranos.

Paso 8: aceleración de la cadena de clientes.

Cabe señalar que existen algunas investigaciones de otro grupo de expertos en las que se comparan estas tres teorías, de acuerdo con las diferentes perspectivas referidas a la velocidad en el proceso de internacionalización de las empresas. Por ejemplo, en el trabajo de Glodowska et al. (2019) se aplicó una metodología cuantitativa, por lo que su encuesta se basó en una muestra de 355 empresas polacas internacionalizadas de distintos tamaños. Del mismo modo, llevaron a cabo sus análisis con la prueba T y la prueba U (ANOVA), las cuales evidenciaron una correlación entre la estrategia de internacionalización de una empresa como instrumento de planificación, velocidad y alcance. Dicha estrategia se introduce como patrones determinantes para la escala, el alcance y la rapidez de la internacionalización, que constituyen dimensiones importantes desde la perspectiva de los comportamientos y las actividades de las empresas. Por todo lo anterior, esta investigación enriquece los estudios empíricos que se ocupan de los mercados emergentes.

También se incluye el trabajo de McCormick y Somaya (2019), el cual se centró en comparar los impulsores de la exportación entre empresas jóvenes que están establecidas en economías emergentes, con el objetivo de conciliar las exportaciones tempranas de nuevas empresas con las teorías tradicionales de la internacionalización. La muestra utilizable final consistió en 3 733 empresas que representan a 15 países emergentes y 18 industrias, incluyendo empresas exportadoras y no exportadoras, así como empresas jóvenes y establecidas. Asimismo,

la información se extrajo de las encuestas del Banco Mundial (WBES por sus siglas en inglés), que se encuentran disponibles para el público.

Por su parte, Paul y Sánchez (2018) orientaron su estudio en una metodología cuantitativa descriptiva que se basó en analizar los informes para examinar la trayectoria, el patrón y los procesos de 40 empresas del sector de TIC, las cuales fueron seleccionadas entre 150 empresas de software cotizadas en Costa Rica. Los resultados mostraron que las empresas costarricenses, en promedio, tardan cuatro años desde su fundación para comenzar a exportar; es decir, demostraron que los negocios estudiados nacieron como empresas locales, no con una orientación exportadora, y que menos del 40 % de sus clientes son extranjeros.

Mientras tanto, Hsieh et al. (2018) presentaron una perspectiva multidimensional acerca de la velocidad de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas. Además, examinaron la influencia de las características empresariales (experiencia, fundamentos y estrategias de innovación) en múltiples dimensiones de la velocidad de internacionalización. Para llevar esto a cabo encuestaron a 180 empresas pequeñas y medianas entre los años 2012 y 2014, lo que corresponde a diferentes industrias, como moda, software y biotecnología, entre otras, pertenecientes a seis economías ubicadas en el Medio Oriente, China, Dinamarca, India, Polonia y Reino Unido.

En esta investigación, los autores establecieron algunos criterios, los cuales se presentan a continuación:

- Las empresas seleccionadas en Dinamarca, Polonia y el Reino Unido deberían emplear a menos de 250 empleados para asegurarse de entrar en la categoría de PYME, según la definición de la UE.
- El segundo criterio tiene que ver con la elección de las tres industrias, que fue informada por la tipología que distingue entre pymes tradicionales, intensivas en conocimientos y basadas en el conocimiento.
- Se incluyeron dos categorías de economía contrastantes (economía desarrollada y economía en desarrollo) para evitar el riesgo de extraer conclusiones de un único contexto nacional.

De otro lado, Mohr y Batsakis (2018) estudiaron el efecto contingente de la experiencia internacional del equipo de alta dirección (TMT, por sus siglas en inglés) en la velocidad de internacionalización de las empresas. Aunque los autores no señalaron de manera explícita su metodología, se infiere que esta corresponde a un enfoque cuantitativo, teniendo en cuenta que analizaron una lista de 189 minoristas con puntos de venta en el extranjero, incluidos en al menos una de las siguientes tres clasificaciones de empresas: (1) Top Global 250 Minoristas de Planet Retail (2012); (2) los 250 principales minoristas mundiales de Deloitte (2011); y (3) la lista de clasificación de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) de las 100 principales empresas transnacionales (2012).

En la investigación recopilaron datos longitudinales para estos 189 minoristas, durante un periodo de 10 años (2003-2012), a partir de las bases de datos Planet Retail y Orbis. Debido a que faltaban algunos de los datos financieros de estas empresas, la muestra inicial se redujo a 144

empresas; aparte de que se recopilaron datos referentes a las características de las TMT de los informes anuales de empresas minoristas.

Teniendo en cuenta a Nuruzzaman et al. (2019), su estudio se centró en el apoyo institucional y los peligros de la internacionalización de las empresas en los mercados emergentes. Para ello, analizaron los datos de las encuestas de la WBES a empresas de 134 países en desarrollo; la muestra proviene de la población de empresas que cotizan en la bolsa de valores de cada país y sigue una metodología de muestreo aleatorio estratificado.

Por otro lado, Lahiri et al. (2020) hicieron una investigación cualitativa basada en la interpretación de artículos de revistas académicas que aborden la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas familiares, es decir, PYME familiares. Los autores distinguieron tres pasos en su metodología de trabajo, en primer lugar, examinaron detenidamente cuatro artículos recientes que se centraron en la internacionalización de las empresas familiares (AF); como segundo paso, prepararon una lista de publicaciones relacionadas con el tema de la internacionalización de las PYME familiares, por lo que excluyeron los grandes negocios; por último, compararon la lista de publicaciones obtenida en los dos pasos anteriores. Después de eliminar los hallazgos comunes, compilaron una lista final y estudiaron cada publicación de manera cuidadosa. La lista final contenía 52 artículos centrados en la internacionalización de las PYME familiares.

A partir de un análisis empírico, Popli et al. (2017) investigaron el impacto en el desempeño del ajuste estratégico temporal en su relación con el entrenamiento de la internacionalización con

reformas promercado. Para ello, analizaron el contexto indio, del cual se ha mencionado que proporciona un panorama institucional excepcionalmente amplio, pero que cambia de modo gradual; además, utilizaron un enfoque cualitativo con un método deductivo. Su estudio extrajo una muestra de 478 empresas del sector automotriz de la India, para lo que abarcaron dos divisiones en el Clasificación Nacional de la Industria (NIC): fabricantes de vehículos de motor, remolques y semirremolques, y fabricantes de otros equipos de transporte de la base de datos Prowess (CMIE), que clasifica todas las actividades económicas en la India, de acuerdo con los códigos de NIC. Las variables que utilizaron fueron actuación - rendimiento de activos (ROA), índice de reforma, grado de internacionalización (DOI), empresas arraigadas en la fase, empresas totalmente arraigadas y variables de control. Finalmente, se tiene que emplearon el modelo de selección de muestras de dos pasos de Heckman.

Entre los estudios actuales se encuentra el de Burton et al. (2020), quienes utilizaron un enfoque cualitativo y un método deductivo, que consistió en una investigación conceptual de la literatura respecto al papel de la arquitectura del producto en la internacionalización del mercado de productos. En su hipótesis de espejo, los autores adoptaron una visión estilizada de cómo la arquitectura del producto facilita y puede “reflejar” la internacionalización del mercado de productos y la internacionalización de las empresas. En la investigación no se brinda más información sobre este aspecto, así que no existe una muestra, pues se trata de un análisis del modelo propuesto por los autores.

En esta línea, Paul y Rosado (2019) se propusieron revisar críticamente los estudios acerca del proceso de internacionalización (internacionalización gradual vs. modelos de nuevos

empresarios Born-Global / International) para identificar las brechas de investigación en esta área y preparar, de esta manera, una futura agenda de investigación; para llevar esto a cabo emplearon un método de revisión sistemática de 115 artículos académicos. Los autores destacaron los hallazgos de estudios previos, además de que compararon y contrastaron características sobresalientes, basadas en los artículos publicados en revistas de primer nivel, las cuales están incluidas en el índice de citas de ciencias sociales, con una puntuación de factor de impacto de 1.0, por lo menos (factor de impacto de 2015). Finalmente, proporcionaron directrices para los futuros trabajos en torno al tema.

En el caso de Jain et al. (2019) analizaron los impulsores de la velocidad de internacionalización de empresas de mercados emergentes, tomando en consideración el papel de la diversidad geográfica y la distancia cultural adicional, para lo que realizaron una investigación cuantitativa sobre un conjunto de datos de inversiones extranjeras directas (IED) de los 32 programas de software más grandes de la India, los cuales cotizaron en la bolsa de valores (altos ingresos monetarios) entre abril de 2000 y marzo de 2009. En cuanto a la variable dependiente analizada, esta fue la velocidad de internacionalización, mientras que las independientes fueron la distancia cultural añadida y el ámbito geográfico; asimismo, analizaron algunas variables de control. Se hizo necesario aplicar una metodología estadística y adaptar un modelo de estimación de mínimos cuadrados generalizados factibles (FGLS, por sus siglas en inglés).

En el trabajo de Boso et al. (2018) se estudió la internacionalización de las empresas africanas, teniendo en cuenta las oportunidades, los desafíos y los riesgos; para ello examinaron seis artículos e identificaron tres cuestiones y desarrollos generales que son importantes para

comprender los impulsores, los resultados y las condiciones límite de la internacionalización de empresas africanas, a saber, las oportunidades de internacionalización (desarrollo acelerado del sector privado, integración regional y capacidad para superar los vacíos institucionales); los desafíos de internacionalización (desafíos de competitividad global, gestión limitada, capacidades interculturales, y superación de la responsabilidad de Africanidad); y los riesgos de internacionalización (pérdida de foco en los mercados nacionales sobre la internacionalización).

Los autores Casillas y Moreno (2014) investigaron la velocidad del proceso de internacionalización, por lo que ahondaron en el papel de la diversidad y la profundidad en el aprendizaje experiencial; para ello, usaron la base sistemática de datos sobre las operaciones internacionales de empresas españolas, elaborada por el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y el Ministerio de la Industria, Turismo y Comercio de España. En este contexto, se entiende por *operación internacional* cualquier tipo de establecimiento o presencia en un país extranjero que implique una presencia exterior estable y excluya las operaciones financieras. En total, la base de datos contenía 8 973 operaciones efectuadas por 2 495 empresas españolas, entre los años 1986 y 2008. Esta base de datos se creó a partir de estas cuatro fuentes de información (Guillén, 2009 como se citó en Casillas y Moreno, 2014): (1) artículos y recortes tomados de revistas económicas y la prensa principal en España; (2) perfiles firmes incluidos en la revista El Exportador del ICEX; (3) los registros de hechos relevantes de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) para las empresas que cotizan en la bolsa; y (4) las páginas web de las empresas que se utilizaron para triangular y corroborar los datos.

En el estudio de Navarro-García et al. (2017) se utilizó una muestra multisectorial de 212 empresas exportadoras españolas y se analizaron los datos con el paquete estadístico Smart PLS 3.2.3 a través de ecuaciones estructurales PLS (*Partial Least Squares*); las variables se midieron con base en el enfoque reflectivo y el enfoque formativo. Para contrastar sus hipótesis planteadas, los autores obtuvieron de una base de datos de 1 250 empresas exportadoras del Instituto Español de Comercio Exterior una muestra de 212 empresas que realizan operaciones de comercio exterior. Además, enviaron cuestionarios por correo electrónico a una persona responsable o al director de las exportaciones.

De igual modo, Lin y Si (2018) investigaron la influencia de la exploración y la explotación en la velocidad de internacionalización de las empresas Nacidas Globales (*Born Global*), para lo que analizaron 150 empresas en China a través del método estadístico de regresión jerárquica.

Sumado a lo anterior, Lee et al. (2020) investigaron el aprendizaje en la internacionalización de las PYME y profundizaron en una “nueva perspectiva sobre el aprendizaje del éxito frente al fracaso”. En este caso, emplearon el método inductivo con un enfoque cuantitativo, a fin de analizar el aprendizaje basado en el éxito y el fracaso en la internacionalización de las PYME, con especial énfasis en cómo interactúan las bases del aprendizaje. Adicionalmente, seleccionaron cinco artículos que consideraron los más representativos para lograr su objetivo de presentar evidencia teórica y empírica que amplíe el entendimiento acerca de la interacción entre la internacionalización de las PYME, así como el aprendizaje del éxito y el fracaso.

Paralelamente, Aguzzoli et al. (2020) realizaron un estudio de caso sobre el reingreso a un mercado extranjero y recolectaron datos de tres fuentes, a saber, entrevistas en profundidad semiestructuradas, fuentes documentales y observación directa. En total, hicieron 17 entrevistas a 10 gerentes y exgerentes en Brasil, y 7 en la subsidiaria de la empresa Beta en México, entre octubre de 2015 y mayo de 2016; los entrevistados fueron seleccionados según sus presuntos dominios de información, pues se buscaron participantes con conocimiento del proceso de internacionalización de la empresa y experiencia en México.

Para finalizar, Figueira da Silva et al. (2019) llevaron a cabo una clasificación de las empresas de servicios brasileñas, y se enfocaron en llevar los servicios a los mercados extranjeros, para lo que utilizaron un cuestionario estructurado como método. La población objetivo estuvo constituida por empresas brasileñas de servicios con actividades internacionales; cabe señalar que, debido a la falta de una lista completa de la población objetivo, el primer paso consistió en obtener listas parciales de varias fuentes, incluidas instituciones gubernamentales y privadas de promoción de exportaciones, asociaciones empresariales y grupos de la red social laboral “Linkedin”. Dichas listas se consolidaron, y a partir de ellas se elaboró una nueva lista de 1 721 empresas.

En cuanto a la recolección de datos, se utilizó un cuestionario que empleó la escala de Likert, con la finalidad de determinar el nivel de acuerdo o desacuerdo de los encuestados. Asimismo, hicieron una prueba preliminar para evaluar la comprensión de las preguntas de los participantes y la idoneidad del formato.

Antecedentes teóricos

Durante los últimos diez años se ha generado una polémica en torno a la velocidad de expansión que tienen las empresas en el mercado internacional. Por un lado, algunos autores destacaron los beneficios de una velocidad gradual, la cual es asociada al modelo tradicional de Uppsala de Johanson y Vahlne (1977); en contraposición, otro grupo de autores mencionaron que, de acuerdo con los avances tecnológicos, el proceso de internacionalización debería ir a una velocidad acelerada, como se explicó en el modelo propuesto por Oviatt y McDougall (1994). Mientras, otro grupo de autores incentivaron el uso combinado de estos dos modelos e inclusive desarrollaron otros modelos que reforzarían la introducción al mercado extranjero con mejor soporte y menor riesgo para la empresa. En este orden de ideas, la presente investigación analiza la controversia de las diferentes perspectivas respecto a la conveniencia de que el proceso de internacionalización en la estrategia de expansión a nuevos mercados sea acelerado o cauteloso.

En principio, desde la perspectiva empresarial, las organizaciones tienen que decidir a qué velocidad deben desarrollarse internacionalmente (Chetty et al., 2014). De hecho, los autores definieron que los gerentes de las empresas esperan que este proceso de internacionalización sea rápido y sostenible, por lo que procuran aprovechar las oportunidades internacionales utilizando solo los recursos necesarios. Tal como indicaron, *velocidad* tiene significados distintos, pero en este contexto se refiere a la tasa de movimiento de las operaciones internacionales; mientras que en física es la razón entre una distancia específica y el tiempo que se tarde en recorrerla. Los autores sintetizaron la *velocidad* como una razón entre la distancia de internacionalización

recorrida y el tiempo transcurrido desde el estado inicial de internacionalización de la organización.

Desde una orilla, Vahlne (2020) explicó que el modelo de Uppsala se ha ido adaptando progresivamente a la teoría de redes, pero para su estudio se limitaron a la operacionalización de la velocidad del modelo original sobre el desarrollo del conocimiento y el creciente compromiso del mercado extranjero. Así, precisaron que, en el modelo gradual, el tiempo que una empresa toma en internacionalizarse puede medirse por la velocidad en la que adquiere el conocimiento (aprendizaje experiencial) acerca del mercado internacional y el compromiso de la operatividad desde que empieza a manejar el negocio en el exterior. Desde otra orilla, analizaron que un proceso acelerado de internacionalización logra que las empresas aprovechen las escasas oportunidades para adquirir ventajas competitivas para ser pioneras, lo cual las conduce a un desempeño internacional superior frente a otras organizaciones. Mencionaron que la mayoría de las pequeñas y medianas empresas Nacidas Globales (*Born Global*) son innovadoras en el proceso de internacionalización acelerado, lo que posibilita que ingresen rápidamente a un mercado internacional, aunque este proceso también puede llevarlas a tomar grandes riesgos y pérdidas por la falta de mayores recursos.

1. Teorías y modelos del proceso de internacionalización

En este punto es fundamental comprender ciertos términos específicos que están relacionados con la temática a tratar. Por tal motivo, a continuación se presentan los aportes de diferentes autores que son importantes para llevar a cabo este trabajo.

De acuerdo con Casillas y Moreno (2013, como se citó en Chetty et al., 2014), los términos *velocidad de internacionalización (Internationalization Speed)* y *velocidad de entrada (Speed of Entry)* se utilizan como sinónimos. La *velocidad* se define como la relación entre el proceso de internacionalización y el tiempo, por lo que se extiende durante un largo periodo y cubre el proceso de internacionalización posterior a la entrada. El propósito de esa investigación fue analizar cómo la diversidad y la profundidad de las actividades internacionales pasadas, como fuentes de aprendizaje experiencial, afectan la velocidad del proceso de internacionalización.

Según Casillas y Acedo (2013, como se citó en Chetty et al., 2014), la *rapidez en el proceso de internacionalización (Speed in the Internationalization Process)* es la relación entre el tiempo y los eventos internacionales de una empresa. Este concepto se entiende como un constructo multidimensional y formativo que integra el comportamiento y el tiempo de exposición internacional de la empresa. El propósito de ese trabajo fue examinar el papel de la velocidad en el proceso de internacionalización y proponer futuras líneas de investigación para aumentar la comprensión de la velocidad.

Por su parte, Chen y Yeh (2012, como se citó en Chetty et al., 2014) señalaron que el *ritmo de inversión (Investment Pace)* no tiene una definición explícita y que tampoco hay una discusión sobre la naturaleza o el contenido del concepto, pero explicaron que su objetivo es examinar cómo el efecto de aprendizaje influye en las preferencias dinámicas de las empresas multinacionales con respecto a los antecedentes de ubicación de la inversión extranjera directa (IED) y el lapso entre los casos sucesivos de IED.

Como afirmaron Lee et al. (2012, como se citó en Chetty et al., 2014), la *velocidad de entrada al mercado extranjero (Speed of Foreign Market Entry)* tiene como propósito aclarar la razón por la que las variaciones en la velocidad de entrada de las empresas multinacionales tienen la influencia de las actividades o las capacidades de los empresarios para lograr la creación de redes entre las compañías. Mientras que Lin (2012, como se citó en Chetty et al., 2014) explicó que la finalidad de su artículo es comprender los efectos de la velocidad de internacionalización (*Internationalization pace*) en las empresas de propiedad familiar.

Desde el punto de vista de Chang y Rhee (2011, como se citó en Chetty et al., 2014), la *velocidad de expansión de la IED (Speed Expansion of Foreign Direct Investment)* se define como el número promedio de IED en nuevos países por año desde la primera IED de una empresa. Además, señalaron que no hay discusión en torno al concepto o a su naturaleza. El propósito de esta investigación fue verificar las circunstancias en las que la rápida expansión de la IED mejora el desempeño.

Teniendo en cuenta a Prashantham y Young (2011, como se citó en Chetty et al., 2014), la *velocidad posterior a la entrada (Post-Entry Speed)* se define como el ritmo de expansión internacional de una nueva empresa una vez que esta se internacionaliza, con el objetivo de desarrollar un modelo de velocidad de internacionalización posterior al ingreso, en el que el ritmo varía de acuerdo con las capacidades relativas de la empresa para acumular y utilizar conocimientos por medio del aprendizaje exploratorio.

Como señalaron Ramos et al. (2011, como se citó en Chetty et al., 2014), la *velocidad de entrada* (*Speed of Entry*) tiene por propósito evaluar el efecto del patrón tecnológico de una empresa en su velocidad de entrada a los mercados internacionales a través de la exportación.

De otro lado, Khavul et al. (2010, como se citó en Chetty et al., 2014) analizaron la *velocidad de internacionalización* (*Speed of Internationalization*) y señalaron que no tiene una definición ni hay discusiones en torno a ella. El objetivo de este artículo fue desarrollar seis hipótesis sobre los factores: grado, alcance y velocidad de internacionalización, los cuales guardan una relación positiva con el desempeño; dicha relación está moderada positivamente por el compromiso con clientes importantes.

A juicio de Morgan y Jones (2009, como se citó en Chetty et al., 2014), la *velocidad de desarrollo de ventas internacionales* (*International Sales Development Speed*) tiene como función probar las hipótesis sobre la intensidad del conocimiento, con el fin de extender la generalización de la investigación más allá de los sectores de alta tecnología que han sido muy estudiados, y, por consiguiente, proporcionar un conjunto sólido de resultados basados en una gran muestra de empresas.

Desde la perspectiva de Coeurderoy y Murray (2008, como se citó en Chetty et al., 2014), la *velocidad de entrada* (*Speed of Entry*) consiste en medir y probar la influencia de la similitud del sistema legal de diferentes mercados, el riesgo regulatorio en los países extranjeros y la experiencia internacional sobre la velocidad de entrada de las compañías en el exterior.

Los autores Kiss y Danis (2008, como se citó en Chetty et al., 2014) señalaron que la *velocidad de internacionalización (Speed of Internationalization)* tiene como fin desarrollar una serie de propuestas acerca de cómo influye un mercado externo en el desarrollo institucional en la asociación empresarial, la cual se propone modificar su velocidad de internacionalización.

En esta línea, Acedo y Jones (2007, como se citó en Chetty et al., 2014) explicaron que la *velocidad de internacionalización (Speed of Internationalization)* se trata de desarrollar y probar un modelo estructural de procesos sugeridos para acelerar la velocidad directa e indirectamente. Además, se refiere a cuánto tiempo ha tardado una empresa en entrar al mercado internacional.

En cuanto al concepto de *internacionalización acelerada*, Weerawardena et al. (2007, como se citó en Chetty et al., 2014) indicaron que incluye velocidad, alcance y extensión (*Accelerated internationalization, Which Includes Speed, Scope and Extent*). Los autores buscaron desarrollar un modelo conceptual sobre la influencia de las capacidades dinámicas en la velocidad de la internacionalización.

De acuerdo con Zucchella et al. (2007, como se citó en Chetty et al., 2014), la *precocidad de la internacionalización (Internationalization Precocity)* es el comienzo temprano de las actividades internacionales. Asimismo, sostuvieron que existe una diferencia entre la precocidad, la velocidad del crecimiento internacional (rapidez) y el ritmo que se produce a lo largo del tiempo. Sumado a ello, revelaron que la precocidad de la internacionalización se utiliza para desarrollar un marco teórico de factores que afectan la velocidad de internacionalización.

Como plantearon Freeman et al. (2006, como se citó en Chetty et al., 2014), en la *entrada temprana y rápida al mercado extranjero (Early and Rapid Foreign Market Entry)*, los términos “temprana” y “rápida” son sinónimos, sin embargo, no se discute su significado o su relación con la teoría. También señalaron que, debido a que la literatura muestra que las limitaciones principales para la internacionalización de las PYME son la falta de economías de escala, la falta de recursos y la aversión al riesgo, el estudio se propuso identificar estrategias que ayuden a la empresa a superar tales limitaciones y a lograr una solución temprana y eficaz.

En su investigación, Wagner (2004, como se citó en Chetty et al., 2014) interpretó que el aprendizaje y la capacidad de absorción de conocimientos bajo presión se relaciona con la *velocidad de internacionalización (Internationalization Speed)*, dado que se evidencia una asociación entre la velocidad y el desempeño, la cual se hipotetiza con una correlación que se representa con una curva en forma de U invertida para medir la rentabilidad de la empresa.

Finalmente, Vermeulen y Barkema (2002, como se citó en Chetty et al., 2014) plantearon que el *ritmo (Pace)* y la *velocidad (Speed)* se utilizan y se tratan como sinónimos. Su propósito es probar cuatro hipótesis sobre el desempeño de la empresa, a saber, el resultado de la velocidad, el alcance del producto, el alcance geográfico y el ritmo de las subsidiarias establecidas en los mercados extranjeros.

1.1 Teoría de Uppsala

Esta teoría fue desarrollada por Johanson y Vahlne (1977), profesores e investigadores de la Universidad de Uppsala, con base en la observación empírica de diversas empresas; en ella

plantearon que la internacionalización es un proceso por etapas, y que con el paso del tiempo la empresa expandirá su negocio en otros países. Este modelo teórico añade que cuando una empresa busca elegir un nuevo mercado extranjero, primero debe ingresar al mercado más cercano psicológicamente, es decir, con similitudes en el idioma, la cultura, el sistema político, el nivel educativo, etc., para luego acceder a otros mercados internacionales.

Partiendo de esto, Chetty et al. (2014) argumentaron que el proceso de internacionalización del modelo de Uppsala se puede acelerar, puesto que en sus hallazgos encontraron que el conocimiento previo y la experiencia que el negocio adquiere al desarrollarse en varios mercados permitirán que las empresas obtengan un aprendizaje experiencial, lo que mejoraría el rendimiento y la contribución en los mercados internacionales. De igual manera, analizaron dos dimensiones que crean velocidad, en primer lugar, la adquisición acelerada del conocimiento experiencial (velocidad de aprendizaje) y, en segunda medida, el compromiso internacional de recursos dentro de un periodo específico. En consecuencia, cuanto más aprendizaje experiencial alcance la organización, durante una etapa de tiempo determinado, en términos de diversidad y repetición, mayor será la contribución a la velocidad de la internacionalización.

Estos investigadores plantearon como objetivo proponer una nueva conceptualización y operacionalización multidimensional, impulsada por la teoría del proceso de internacionalización, la cual estaba incorporada en los conceptos principales del modelo original de Uppsala. Para ello, al investigar la velocidad de internacionalización se enfocaron en la conceptualización, la medición y la validación según las variables de repetición de exportación, diversidad, cometer errores, realizar acciones, recursos y manejo.

Por su parte, Hilmersson y Johanson (2015) explicaron el aumento de la velocidad de internacionalización en tres enfoques: (1) la amplitud de los mercados internacionales, (2) la intensidad comercial internacional y (3) el compromiso de recursos con la actividad exterior. Al mismo tiempo, estudiaron la velocidad del proceso de internacionalización, no solo como el tiempo invertido en el proceso de inicio, sino que la definieron como un concepto multidimensional que afecta el desempeño de la compañía. Asimismo, mencionaron que la tasa de crecimiento de la amplitud del mercado internacional tiene una relación representada con una curva en forma de U invertida con el desempeño, mientras que la tasa de crecimiento de la participación internacional tiene una correlación representada con una curva en forma de U con el desempeño.

Dicho esto, las dimensiones concentran el núcleo de la internacionalización tradicional del modelo de Uppsala, puesto que la velocidad es claramente un concepto híbrido; además, la literatura aporta otros aspectos de la expansión de mercados que también pueden ser importantes para las organizaciones, los cuales están relacionados con la teoría de la internacionalización del modelo de Uppsala. En cuanto a las empresas multinacionales, la investigación mostró que existe el riesgo de que las organizaciones sean engañadas por argumentos que apoyan la rápida expansión internacional. En detalle, los autores explicaron que las pequeñas y medianas empresas, al ser más veloces para abrir nuevos mercados extranjeros, tienen un efecto curvilíneo en su desempeño, por lo que aumentan el compromiso de los recursos extranjeros, lo cual produce un efecto económico negativo.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que la multidimensionalidad es un actor muy importante que profundiza la velocidad en la expansión de nuevos mercados, el aumento de la intensidad exportadora y la utilización de recursos extranjeros; todo en conjunto logra crear estrategias híbridas que permiten fusionar la literatura con la parte empírica. En ese contexto, como se muestra en el modelo de Uppsala, las empresas obtendrán resultados favorables en su proceso inicial de expansión mediante el aprendizaje organizacional y el compromiso internacional.

Sumando a esto, Inouye et al. (2019) analizaron el modelo de Uppsala e indicaron que las empresas no obtendrán resultados positivos si su expansión es acelerada, pero que sí influye en el aprendizaje organizacional y en el compromiso internacional. Entre sus hallazgos está que las empresas afroamericanas prefieren apuntar a mercados extranjeros que tienen un aumento del 1.6 % en la dispersión geográfica, del 7.1 % en la dispersión étnica y del 6.4 % en la dispersión del idioma, la cual se define en términos de diversidad poblacional y se relaciona con las diásporas halladas en la población investigada, y se encuentra en una búsqueda activa de mejores países, con el objetivo de priorizar las mejores zonas horarias en países con múltiples idiomas y diferentes culturas, a fin de crear y hacer empresa.

En contraste, las empresas de propiedad de empresarios de Asia-Pacífico, hispanos o del subcontinente, por lo general prefieren apuntar a mercados extranjeros que están aproximadamente en un 2.2 % menos dispersos geográficamente; por lo tanto, a diferencia de los afroamericanos, su distribución geográfica en términos de preferencias del mercado objetivo es mucho menor. En ese sentido, sus resultados indican que, a pesar de que algunas empresas emprendedoras prefieren dar pasos agigantados en lugar de un camino lento y constante de internacionalización, estas pueden

tener dificultades para hacerlo, dado que sus mercados extranjeros de destino pueden estar geográficamente dispersos y variar en origen étnico e idioma. Estos hallazgos indican que las empresas minoritarias parecen ser menos escépticas con respecto a la globalización, pero son más cautelosas a la hora de invertir recursos cuando se expanden internacionalmente.

En complemento, en el análisis de la literatura llevado a cabo por Vahlne (2020) se brindó una nueva apertura a futuras investigaciones sobre el modelo de Uppsala, la cual sugiere que los microfundamentos de la estrategia global se deben mirar con más cuidado y aplicar los hallazgos psicológicos al problema de investigación. Otro punto mencionado es el estudio de los procesos evolutivos, y una tercera aplicación sería el estudio de estrategias de expansión internacional de las empresas comerciales multinacionales (MBE, por sus siglas en inglés).

1.2. Teoría de Nueva Empresa Internacional/ International New Venture

La teoría de las Nuevas Empresas Internacionales o *International New Ventures* (INV), también conocidas como empresas Nacidas Globales (*Born Global*) o Modelo de proceso de internacionalización acelerado, el cual describe las empresas que inician temprana y aceleradamente su expansión internacional, lo que las diferencia del enfoque gradualista que la mayor parte de las organizaciones sigue. Las INV son organizaciones que piensan y actúan con base en el mercado internacional desde el principio, por lo que utilizan el entorno local y extranjero para brindarles una ventaja competitiva en la venta de productos y servicios en múltiples países del mundo.

Esta teoría también es desarrollada por otro grupo de investigadores, quienes explicaron cómo las empresas Nacidas Globales (*Born Global*) emplean las redes de apoyo, el tamaño de la empresa y su nivel tecnológico para expandirse aceleradamente (Poblete y Amorós, 2013). En la misma línea, Li et al. (2015) sugirieron que estas empresas poseen cualidades psicológicas de proactividad y aceptación de riesgos que les permiten desarrollar capacidades organizacionales para un proceso de internacionalización acelerado.

1.3. Teorías mixtas

Como se ha mencionado, se encuentra un grupo de autores que desarrollan teorías mixtas, las cuales, como su nombre lo indica, unen ambos procesos para que la estrategia de expansión a nuevos mercados tenga mayor efectividad. En ese sentido, Calabrò et al. (2015) mencionaron que los negocios familiares muestran una cultura descrita en la teoría del servidor, que se basa en la confianza y la integridad familiar, factores que influyen en la decisión de explorar nuevos mercados, estudiar el patrón estratégico que se inicia desde la consolidación del mercado nacional y la posterior expansión internacional en diferentes tiempos o de manera gradual mediante la exportación pasiva, la distribución o de forma directa.

Al mismo tiempo, Kim y Aguilera (2015) desarrollaron un nuevo modelo para el proceso de internacionalización, que podría brindar mayor efectividad en la velocidad, dado que se observa que el tradicional modelo de Uppsala es muy simplista, pues solo se basa en un modo de aprendizaje organizacional, por lo que este modelo utiliza elementos claves como la racionalidad limitada, la incertidumbre, la adaptación incremental y el aprendizaje experiencial. En su análisis, los autores sostuvieron que las empresas interactúan con tres mecanismos que sirven de impulsores

para expandir su negocio al mercado internacional en un mundo semiglobalizado, a saber, la explotación intrarregional (explota viejas certezas y apalanca capacidades dentro de la región), la reconfiguración intrarregional (recombina el conocimiento acumulado específico de la región) y la exploración interregional (explora nuevas posibilidades en una región extranjera).

En este orden de ideas, Meschi et al. (2017) estudiaron el modelo de Uppsala o de expansión secuencial, como ellos la denominaron en la mayoría de su literatura, y el modelo de INV, para lo que probaron dos grupos de teorías y predijeron el efecto conjunto del tiempo en que una empresa busca tanto la internacionalización como la velocidad de expansión del mercado en la probabilidad de quiebra. En los resultados se evidenció que el enfoque de SE muestra que la tasa de fracaso que asumen las pequeñas y las medianas empresas como riesgo en un proceso de internacionalización tardío, lento y cauteloso será menor al de las empresas que optan por otras rutas de expansión internacional.

Por un lado, en su primer análisis, los autores apuntaron que las empresas necesitan tiempo para recolectar recursos tangibles e intangibles suficientes y aprovechables, lo cual les permitiría desarrollar mejores estrategias de aprendizaje e internacionalización. Por otro lado, en el segundo análisis pudieron diferenciar la SE y las INV, e indicaron que si las pequeñas y las medianas empresas se enfocan en el primer modelo tendrían una mayor probabilidad de fracaso; no obstante, si prueban la antigüedad en la internacionalización, con base en qué año después de su apertura una empresa incursiona en el mercado extranjero, en conjunto con la velocidad, la tasa de fracaso sería menor, siguiendo estrictamente el enfoque INV.

Para finalizar, en el tercer análisis, el resultado vinculado de la antigüedad de la internacionalización y la diversidad de riesgos sobre la probabilidad de fracaso no es revelador; dicho de otro modo, con el tiempo, la disminución o el aumento en la diversidad de riesgo de los países en que ha ingresado la empresa no parece ser un factor crítico para revelar los efectos favorables o perjudiciales en la estabilidad de la duración del periodo previo a la introducción.

Por su parte, Omokaro et al. (2018) estudiaron la constante evolución de los modelos puestos en marcha, para lo que utilizaron el modelo de Uppsala y el modelo ecléctico OLI, lo cual hizo posible investigar el proceso de internacionalización de las empresas nigerianas, a través de un diseño de estudio de casos múltiples. Una de las cuatro empresas analizadas desarrolló una internacionalización acelerada, mientras que las otras se expandieron a una velocidad gradual, lo que les facilitó un conocimiento experiencial en su periodo inicial. Los autores señalaron que las empresas se asocian inicialmente al organizarse con TIC y que, posteriormente, implementan herramientas tecnológicas propias, así que se ajustan a su medida con las que puedan gestionar la organización con mayor rapidez. Es importante mencionar que las políticas de Nigeria permitieron aumentar las actividades económicas en todo el país, por lo que se fomentaron relaciones comerciales transfronterizas.

Adicionalmente, Alessandri et al. (2018) determinaron que las empresas no familiares asumen riesgos para una internacionalización acelerada, a diferencia de las empresas familiares, las cuales recurren al ingreso moderado, con preferencia en mercados intrarregionales, más que en los interregionales. Asimismo, el desarrollo de internacionalización de las empresas familiares es menor al de las empresas no familiares, que se caracterizan por tener un menor grado y amplitud

de internacionalización, aparte de una mayor orientación a la región de origen. Por tal razón, los autores profundizaron su investigación y la plantearon desde la perspectiva de apuestas mixtas de las empresas familiares y no familiares, y cómo cada una de ellas desarrolla estrategias heterogéneas que implican riesgos gerenciales en su proceso de internacionalización, de acuerdo con sus criterios organizacionales.

De otro lado, Paul y Sánchez (2018) propusieron y desarrollaron una nueva tipología tridimensional, llamada modelo Conservador, Predecible y Marcapasos (CPP, por sus siglas en inglés), para la internacionalización de las empresas. En esta línea, definieron las organizaciones conservadoras como las que permanecen dentro de sus fronteras nacionales y sin la visión de llevar su negocio al mercado internacional, por considerar que la distancia psicológica y la responsabilidad de la expansión son muy difíciles para ocuparse solo de ellas. En segundo lugar, las empresas predecibles están en acuerdos comerciales o tratados de libre comercio, en uniones entre dos o más países para negociar sin restricciones legales, y libres de barreras arancelarias o no arancelarias. En esto, la distancia psicológica no es relevante y las empresas se van a desarrollar sin darle importancia. En tercer lugar, las empresas marcapasos se desarrollan en mercados globales a un ritmo acelerado, por ejemplo, las empresas multinacionales, que se destacan por innovarse mediante las habilidades del conocimiento del mercado local y extranjero.

Posteriormente, Orero-Blat et al. (2020) desarrollaron la metodología de diseño de modelos de negocio *Lean Canvas*, que es una adaptación del *Business Model Canvas* para *start-ups*, en el que aplicaron nuevas estrategias de internacionalización. Esta estrategia de internacionalización propuesta por los autores consiste en un modelo temporal de ocho pasos, por medio de los cuales

una empresa de ciberseguridad podrá comprobar rápidamente su propuesta de valor en nuevos países. Así, en un periodo de entre seis y siete meses, la empresa podrá probar la viabilidad de ingresar a determinados mercados y realizar esfuerzos óptimos para ganar sus primeros clientes, lo que aumentará la rentabilidad de sus operaciones extranjeras.

De modo paralelo, Burton et al. (2020) plantearon nuevas estrategias que conducen a modular y organizar la arquitectura de productos basados en su ciclo de vida, lo que les puede facilitar a las empresas internacionalizarse de manera más eficaz y eficiente, suponiendo que una arquitectura de producto abierta y su modulación pueda acceder a que los mercados de productos internacionales se conviertan en componentes dentro de una estrategia de internacionalización modular.

2. Perspectivas de las empresas sobre el proceso de internacionalización

2.1 Proceso gradual

En este apartado se presenta un grupo de autores que mantienen diferentes puntos de vista acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización de las empresas. En primer lugar, se encuentra la posición de Glodowska et al. (2019), cuyo objetivo fue identificar y verificar la relación entre la estrategia internacional y su impacto a partir de tres dimensiones, que son la velocidad, el alcance y la escala de la internacionalización, a fin de forjar un modelo integral que incluya los componentes restantes de una estrategia internacional, y de las diferentes categorías que estimulan los procesos de expansión a nuevos mercados.

La hipótesis de este trabajo sostuvo que las empresas con una estrategia de internacionalización se expanden más rápido al mercado extranjero que aquellas que no la tienen. Asimismo, afirmaron que las empresas que se internacionalizan rápida e intensamente pueden centrarse primero en pocos mercados, por lo que, en realidad, pueden ser “nacidas regionales” y no “nacidas globales”. Por tanto, los expertos agregaron que una delimitación entre estas dos categorías es el resultado de un compromiso entre las dimensiones individuales de la internacionalización, como la velocidad, el alcance y la intensidad, las cuales confirman la trascendencia de la estrategia adoptada para el ámbito de la internacionalización. Además, identificaron que una de cada cinco empresas no cuenta con una estrategia de internacionalización, por ende, el proceso internacional generará mayores costos económicos y deberá financiarse por etapas, lo que favorece una expansión gradual.

Para ello, los académicos emplearon el método técnico de entrevista telefónica asistida (CATI) y el análisis ANOVA, que se trata de un método que permite evaluar, identificar y verificar la relación entre la estrategia internacional y su impacto en tres dimensiones, es decir, su alcance, escala y velocidad. Estos datos cuantitativos son registrados en una matriz de valoración predictiva y, a su vez, son utilizados en una red nomológica de relaciones, la cual valida la medida de velocidad externamente. No obstante, la exploración realizada por los autores demuestra una correlación como instrumento de planificación, velocidad y alcance.

Siguiendo a Mohr y Batsakis (2018), estos autores estudiaron el *nivel de experiencia internacional del equipo de alta dirección* (TMT, por sus siglas en inglés) y la *velocidad de internacionalización* de una empresa. Para llevar esto a cabo examinaron la *teoría de escalones*

superiores (UE, por sus siglas en inglés), donde analizaron la naturaleza de la internacionalización de las empresas y comenzaron a identificar numerosas contingencias en la relación existente entre las características de los equipos de alta dirección y la internacionalización de las empresas.

La investigación de Hilmersson y Johanson (2015) se propuso medir las consecuencias en el rendimiento de la velocidad, para lo que tomaron tres variables determinantes como factores clave. La primera muestra fue la velocidad, a la cual la literatura no califica como una variable; en segundo lugar, los estudios analizaron la velocidad solo hasta que comenzó la internacionalización; por último, la poca atención de la multidimensionalidad en la velocidad, dado que las PYME, al ser más veloces para abrir mercados, tienen un efecto curvilíneo en su desempeño y aumentan el compromiso de los recursos extranjeros, lo que produce un efecto negativo.

Las empresas con equipos de alto rendimiento y con conocimiento experiencial son más rápidas para procesar y evaluar la información, debido a su mayor conocimiento de los mercados extranjeros; sin embargo, es probable que los *niveles de experiencia internacional del equipo de alta dirección* (TMT, por sus siglas en inglés) sean conscientes de las posibles desventajas de compresión del tiempo asociado con la internacionalización rápida y, por consiguiente, prefieran velocidades de internacionalización más lentas.

En síntesis, en este artículo se investigó el aumento de las demandas laborales asociadas a una mayor presión competitiva y diversificación de productos, así como un alcance geográfico más amplio. Para este enfoque, se consideró la participación de empresas de servicios y del sector

retail. Para ambos casos, en los análisis se concluyó que no encontraron ningún efecto moderador para la diversificación de productos, demandas laborales, deseconomías y alcance geográfico.

En el caso de Nuruzzaman et al. (2019) el propósito fue analizar e identificar los diferentes tipos de apoyos y peligros institucionales en las empresas, lo cuales coexisten y pueden influir simultáneamente en la expansión internacional; no obstante, mencionaron que el apoyo institucional tiene un efecto más fuerte en la internacionalización que los peligros institucionales. Además, argumentaron que, cuando el entorno institucional apoya el esfuerzo de la internacionalización, la empresa estatal proporciona proximidad a los recursos institucionales. En ese marco, se amplifica la relación entre el apoyo institucional y la internacionalización de la empresa, pero cuando el entorno institucional es peligroso para las actividades comerciales, la empresa estatal aumenta la dependencia del entorno institucional y limita la salida del mercado interno. En conclusión, el apoyo institucional fortalece a las empresas estatales en su propio país, lo cual se vuelve una ventaja competitiva en el marco de la internacionalización.

Finalmente, esta información es seleccionada por el Banco Mundial y otorgada a todas las organizaciones inscritas en la bolsa, aunque la exploración confirma que uno y otro factor afecta y amenaza los objetivos monetarios de las empresas, y que para poder mitigarlo de manera parcial se deben diversificar geográficamente sus mercados mediante la exportación, la cual implica competir fuera del país de origen con modos de entrada sin capital.

Por su lado, Kim et al. (2019) estudiaron la variable desempeño financiero como ventaja en una región y desventaja en otra. Cabe mencionar que las empresas seleccionadas en la muestra

corresponden a los sectores de manufactura, industria de alimentos y tecnología. De igual modo, rescataron varios datos estadísticos relevantes de tipo dependientes, independientes, moderadoras y de control, con la finalidad de que puedan detectar sesgos de pronósticos. Para el caso de la variable dependiente, se midió con la prueba de rendimiento de activos (ROA), la cual es fundamental porque calcula la rentabilidad total de los activos de la empresa y, así, se conoce su retorno económico. En cuanto a las variables independientes y moderadoras, estas se midieron a través de dos aspectos específicos de la internacionalización, a saber, velocidad y espacio geográfico; teniendo como referente el número acumulado de subsidiarias extranjeras dividido por el número de años desde que se estableció su primera subsidiaria extranjera.

Por otro lado, respecto al espacio geográfico se evidenció que no se cuenta con información histórica de evaluación, pues nunca se había considerado en estudios previos. Finalmente, la variable de control se midió por el efecto de tamaño de la empresa, por medio de un logaritmo natural de los activos totales. Los autores controlaron el indicador de deuda y de operación para no tener sesgos en la valuación sobre sus activos totales, debido a que la deuda y la liquidez pueden influir en el desempeño de la empresa.

El trabajo realizado por Lahiri et al. (2020) tuvo como fin brindar herramientas sólidas a las empresas PYMEs familiares y pequeñas, con el propósito de que el proceso de internacionalización no se estanque o no se realice utilizando la estrategia trípode, que está basada en recursos de la empresa, en las instituciones y en la industria. En ese sentido, evaluaron la eficacia del marco trípode, fundamentado en los recursos, las instituciones y la industria. Dicha

estrategia tiene como objetivo sugerir la combinación de tres perspectivas, además de proporcionar una mejor comprensión de los fenómenos estratégicos.

El marco trípode estratégico describe tres vistas importantes: a) en los recursos y la ventaja sostenible difícil de imitar; b) en la institución, donde refleja las limitaciones y los facilitadores de los marcos institucionales; y c) en la industria, en la que ayuda a determinar qué hacer y qué no hacer estratégicamente.

En el contexto latinoamericano, Aguzzoli et al. (2020) investigaron el reingreso de diversas empresas al mercado extranjero, por lo que señalaron que la globalización ha motivado a las empresas a expandirse a mercados extranjeros, pero la internacionalización es intrínsecamente dinámica; de hecho, muchas empresas han salido de los mercados extranjeros por diversas razones, pero algunas deciden volver a entrar. Los autores, con base en un estudio de caso de las actividades de una empresa multinacional brasileña en México, sugirieron que las empresas aprendan de sus errores y reconsideren la forma en que abordan el reingreso y los recursos que podrían movilizarse. Sin embargo, el proceso de aprendizaje no es sencillo, dado que el conocimiento internacional es un tema que aún se tiene que explorar. Adicionalmente, consideraron que los gerentes, en un inicio, intentaron ingresar en el mercado internacional de manera incorrecta, y que para intentarlo nuevamente deben considerar aspectos más complejos para asegurar su efectividad al exportar sus productos.

Por otro lado, Figueira da Silva et al. (2019) se propusieron desarrollar una taxonomía de empresas de servicios internacionales en un mercado emergente como el de Brasil, así como evaluar si existen diferencias significativas en el desempeño internacional entre los grupos. Luego

de realizar una extensa revisión de la literatura, en algunas empresas de servicios internacionales ubicadas en Brasil llevaron a cabo una encuesta, para la que tomaron como punto de partida dos perspectivas teóricas, la primera se presenta como la teoría del proceso de internacionalización, mientras que la segunda es la teoría de la organización industrial, aparte de las dimensiones de servicio extraídas de la literatura empírica de gestión de servicios. En resumen, en el estudio se identificaron cuatro tipos de empresas, que son los grandes tradicionales, los neófitos generalistas, los tradicionales solitarios y los diferenciadores atrevidos, todos ellos en función de las características de la empresa, sus servicios internacionales prestados, las características del proceso de internacionalización y las estrategias internacionales adoptadas.

2.2 Proceso acelerado

En este punto se encuentra un grupo de autores que están a favor de que el proceso de internacionalización se debe dar a una velocidad acelerada. En su caso, Casillas y Moreno (2014) plantearon como objetivo cerrar esa brecha, para lo que analizaron el papel del aprendizaje experiencial desde una perspectiva dinámica y en el contexto de las empresas multinacionales clásicas. En ese sentido, propusieron que el aprendizaje experiencial influye en el ritmo de la internacionalización, de acuerdo con una visión dependiente de la trayectoria del proceso de internacionalización.

En tal orden de ideas, los autores sostuvieron que la velocidad de internacionalización depende del tipo de aprendizaje acumulado adquirido en la trayectoria de expansión y, a su vez, que las empresas combinan la diversificación de destinos y nuevos modos de operación en los futuros mercados objetivo, con la finalidad de mantener e incrementar la ventaja competitiva a

largo plazo, con lo que se generan cambios constantes en su estrategia de ingreso; es decir, las empresas constantemente buscan acelerar el inicio de actividades y seleccionan a sus socios estratégicos por país o región con alianzas redituables. No obstante, Mohr y Batsakis (2018) apuntaron que abrir mercados de forma acelerada produce una sobrecarga de los recursos, la cual generará demandas laborales y contingencias en los equipos de dirección de cada país a expandirse.

Siguiendo a Navarro García et al. (2017) se identificaron dos objetivos, en primer lugar, a partir de las premisas del enfoque basado en los recursos (*Resource-based view* [RBV]), los autores establecieron que conocer determinados factores internos (recurso y compromiso exportadores) puede influir en el nivel de emprendimiento de la empresa exportadora en los mercados exteriores; en segundo lugar, determinaron el efecto del emprendimiento exportador en los resultados empresariales.

El segundo objetivo se trató de conocer la influencia del emprendimiento exportador, definido a partir de la velocidad, el grado y el alcance en el resultado de la actividad exportadora. Por ello, exploraron si el efecto del compromiso de los recursos asociados a la experiencia internacional influye de forma positiva en el emprendimiento exportador y mejora la estructura organizacional. Con miras a resolver este planteamiento, surgieron las hipótesis de que (1) el compromiso exportador influye positivamente en el nivel de emprendimiento de la empresa exportadora, y que (2) los recursos asociados a la experiencia general e internacional de la empresa exportadora influyen de modo positivo en el nivel de emprendimiento exportador. Otras dos hipótesis son que (1) los recursos asociados a la existencia de una estructura específica (departamento de exportación) para la actividad exportadora influyen positivamente en el nivel de

emprendimiento exportador, y que (2) existe una relación positiva entre el nivel de emprendimiento de la empresa exportadora y sus resultados empresariales en los mercados exteriores. Las variables utilizadas en esta investigación fueron factores internos, nivel de emprendimiento, emprendimiento exportador, resultados empresariales, actividad exportadora, compromiso, estructura organizacional, compromiso exportador, recursos asociados, estructura específica y resultados empresariales.

Teniendo en cuenta a McCormick y Somaya (2019), el propósito de su estudio fue identificar los aspectos más relevantes de las Empresas Nacidas Globales (Born Global) y cuáles han sido los factores más representativos que las impulsan a realizar exportaciones desde los mercados emergentes hacia otros países, en vez de seguir el proceso tradicional con enfoque en el mercado local, considerando que estas empresas son jóvenes. Para resolver esto se plantearon las siguientes hipótesis: (1) en comparación con las empresas establecidas, si las empresas jóvenes utilizan tecnologías habilitadas para internet se involucrarán en una mayor exportación; (2) las empresas jóvenes con fundadores con experiencia en internacionalización son más rápidas en participar en actividades internacionales que las empresas que carecen de dicha experiencia; y en comparación con las empresas establecidas, si las empresas jóvenes cuentan con altos directivos con experiencia internacional participarán en mayor actividad de exportación.

Además, se propusieron otras dos hipótesis, a saber, (1) en comparación con las empresas establecidas, si las empresas jóvenes obtienen servicios gubernamentales básicos más eficientes se involucrarán más en la exportación, dado que pueden aprovechar estos entornos locales generosos y comenzar a exportar en una etapa más temprana, mientras que las empresas establecidas pueden

depender menos de tales ventajas relacionadas con la ubicación, a causa de su desarrollo interno de capacidades exportadoras; y (2) en comparación con las empresas establecidas, si las empresas jóvenes se ubican en una ciudad capital se involucrarán en una mayor actividad de exportación.

Los autores evidenciaron que las cuatro hipótesis miden la unión de los tres factores que contribuyen significativamente a la toma de decisiones de los directivos, además de que refuerzan la proactividad de las empresas hacia los mercados internacionales, por lo que consignan recursos profesionales y financieros en un plazo menor, a fin de acelerar el proceso de internacionalización y la intensidad exportadora, el cual permite una interacción rápida entre países, donde se aprovechan los servicios gubernamentales en línea. Las variables utilizadas en esta investigación fueron aspectos más relevantes, factores más representativos, empresas establecidas, empresas jóvenes, directivos con experiencia internacional, servicios gubernamentales, toma de decisiones, proactividad, proceso de internacionalización e intensidad exportadora.

La investigación de Popli et al. (2017) planteó el estudio de los ajustes de las reformas temporales promercado y la estrategia de las empresas frente a la internacionalización. Para el análisis de datos, los autores formularon sus hipótesis con base en el grado de sincronización que se presenta en la fase de promercado de las empresas, y llegaron a la conclusión de que, en comparación con las empresas no incorporadas, la internacionalización tiene un impacto moderador más fuerte sobre la relación entre las reformas favorables al mercado y el desempeño de las empresas incorporadas en la fase mencionada. Las variables analizadas en este trabajo fueron reformas temporales promercado, estrategia de las empresas, internacionalización, reformas favorables al mercado y desempeño de las empresas.

En el caso de Boso et al. (2018), el propósito fue investigar los desafíos de las empresas africanas y cómo lograron vencer los vacíos institucionales mediante tres factores diferenciadores. Según los autores, las empresas africanas han incrementado sus ventas internacionales en la última década, a través de una analítica psicológica de sus clientes, la cual se basa en factores como la interculturalización, la reputación y la responsabilidad de la africanidad. Además, visitaron las diferentes organizaciones para realizar entrevistas proactivas a los CEO. Las variables utilizadas en esta investigación fueron desafíos de las empresas, vacíos institucionales, interculturalización, reputación y responsabilidad de la africanidad.

Mientras tanto, Hsieh et al. (2018) examinaron la influencia de las características empresariales en múltiples dimensiones de la velocidad, tales como la experiencia, los fundamentos y las estrategias de innovación. Para este trabajo, las empresas fueron seleccionadas en función de criterios predeterminados por los analistas para mantener una consistencia dentro del diseño de investigación, al cual se incorporaron contrastes contextuales sistemáticos. Para resolver este planteamiento se formularon hipótesis acerca de que la experiencia empresarial internacional de los emprendedores de las pequeñas y medianas empresas se asocia positivamente con (a) la anticipación de la internacionalización; (b) la velocidad de profundización; (c) la velocidad de la diversificación geográfica; así como que la percepción que tienen los empresarios de las pequeñas y las medianas empresas sobre las oportunidades en el exterior se asocia positivamente con (a) la anticipación de la internacionalización; (b) la velocidad de profundización; y (c) la velocidad de diversificación geográfica.

Otras dos hipótesis consisten en que la orientación de los empresarios de las pequeñas y las medianas empresas hacia la diferenciación frente a los competidores se asocia positivamente con (a) la anticipación de la internacionalización, (b) la velocidad de profundización, y (c) la velocidad de la diversificación; y que el compromiso de las pequeñas y las medianas compañías emprendedoras con la innovación (intensidad de I + D) se asocia afirmativamente con (a) la precocidad de la internacionalización, (b) la velocidad de profundización, (c) la velocidad de diversificación geográfica. Además, plantearon una última hipótesis, en la que las PYME, cuyos emprendedores se enfocan en la innovación exploratoria, tenderán a (a) internacionalizarse más tarde; (b) tener una mayor velocidad de profundización; y (c) tener una menor velocidad de diversificación geográfica.

En comparación con las empresas que se enfocan en una estrategia de innovación explotadora, las PYME cuyos emprendedores persiguen una estrategia de innovación ambidiestra tenderán a (a) internacionalizarse antes y exhibir resultados; (b) tener una menor velocidad de profundización; y (c) tener menor velocidad de diversificación geográfica. Las variables utilizadas en esta investigación fueron características empresariales, velocidad, experiencia empresarial internacional, anticipación de la internacionalización, velocidad de profundización, velocidad de la diversificación geográfica, diferenciación frente a los competidores, anticipación de la internacionalización, velocidad de profundización, velocidad de la diversificación, compromiso, precocidad de la internacionalización y velocidad de diversificación geográfica.

Posteriormente, Jain et al. (2019) analizaron la velocidad de internacionalización de las empresas multinacionales de mercados emergentes y la diversidad geográfica con distancia

cultural; además, estudiaron la teoría del aprendizaje organizacional, donde argumentaron la carencia de conocimientos preexistentes. Los autores plantearon tres hipótesis enfocadas en los países culturalmente distantes, en los que (1) la relación entre el alcance geográfico y la velocidad de internacionalización se presenta en una curva en forma de U invertida para las empresas emergentes; (2) la relación entre la distancia cultural agregada y la velocidad de internacionalización se presenta en una curva en forma de U invertida para las empresas emergentes; y (3) la irregularidad en la adición de distancia cultural para las empresas emergentes modera negativamente la relación entre la distancia cultural añadida y la velocidad de internacionalización.

Los autores concluyeron que es poco probable que la distancia cultural agregada tenga efectos perjudiciales en las empresas, por el contrario, permite desarrollar rutinas para dar sentido a los diversos cambios que se dan interna o externamente en la organización. También señalaron que la distancia cultural aumenta de manera irregular en intervalos de tiempo de duración desigual entre expansiones internacionales consecutivas; y que posiblemente la distancia cultural agregada genera un efecto negativo. Sin embargo, observaron que la regularidad en la distancia fortalece la influencia de las subsidiarias en la velocidad de la internacionalización, lo que sustentaron en los siguientes motivos: (a) los cambios frecuentes aumentan la adaptabilidad y la flexibilidad de la organización para aprender de su entorno; (b) promueve el aprendizaje tanto vertical como horizontal en toda la compañía; y (c) reduce conflictos, fricciones, falta de cohesión y malos entendidos entre los tomadores de decisiones de diferentes países.

Las variables utilizadas en este análisis fueron velocidad de internacionalización, diversidad geográfica, alcance geográfico, distancia cultural añadida, distancia cultural agregada, distancia cultural y distancia.

Análisis y resultados

A lo largo del presente estudio se presentaron dos posturas de expertos, las cuales permiten entender el concepto de *velocidad en el proceso de internacionalización de las empresas* y ponen de manifiesto una marcada controversia. Por un lado, un grupo de autores consideraron que la velocidad gradual es más conveniente para internacionalizarse; por el otro, un grupo de autores expresaron que la velocidad acelerada brinda mayores beneficios al proceso de internacionalización.

Adicionalmente, algunos de los investigadores afirmaron que el proceso de internacionalización de las empresas debe ir a una velocidad gradual, tal como indicaron Mohr y Batsakis (2018), quienes concluyeron que las condiciones y las dificultades en el contexto político y gubernamental deben ser menos riesgosas antes de internacionalizar, diversificar o globalizar un producto. Así, determinaron que solo si se tienen estas condiciones se debe iniciar el proceso de internacionalización. En la misma postura, Glodowska et al. (2019) expusieron que una de cada cinco empresas declara tener una estrategia de internacionalización formalizada, y más de la mitad no tiene ninguna estrategia, por lo tanto, el proceso internacional generará mayores costos económicos y deberá financiarse por etapas, lo que favorece a la postura sobre velocidad gradual.

Por su parte, Lee et al. (2020) evidenciaron que las aplicaciones adicionales para los modelos de Uppsala pueden emplearse en conjunto con el modelo integrador que propusieron, que consiste en aprender del éxito y del fracaso. Igualmente, se deben considerar los riesgos institucionales, en contraposición al apoyo institucional, antes de iniciar el proceso de internacionalización, dado que esto puede afectar la velocidad de la expansión; a pesar de ello, revelaron que las empresas pueden evitar de forma parcial este peligro institucional al diversificar geográficamente sus mercados mediante la exportación, tal como lo detallaron Nuruzzaman et al. (2019).

Desde una perspectiva de las PYME, Lahiri et al. (2020) manifestaron que estas pequeñas y medianas empresas buscan un ritmo más seguro, a fin de conseguir beneficios y retornos económicos a corto o largo plazo, sin poner en riesgo los intereses de la empresa, por lo que utilizan la estrategia trípode, basada en recursos, institución e industria.

En concordancia, Kim et al. (2019) señalaron que el aumento del desempeño financiero es más efectivo cuando una empresa se internacionaliza de forma intrarregional a una velocidad moderada; en contraste, la internacionalización interregional acelerada genera mayores gastos tecnológicos, de marketing y de estudio de mercado, lo que ocasiona que el retorno económico sea lento y a largo plazo.

De otro lado, se encuentra un grupo de autores que defendieron el proceso de internacionalización a una velocidad acelerada, dentro de los que se puede señalar a Casillas y Moreno (2014), quienes evidenciaron que si el grado de desarrollo organizacional de las Empresas

Nacidas Globales (*Born Global*) es alto, entonces el grado de experiencia y de diversificación en las operaciones brindará una solidez y respaldo en la expansión internacional. Adicionalmente, Navarro et al. (2017) corroboraron el efecto positivo del emprendimiento exportador en los resultados empresariales, por lo que recomendaron que las empresas desarrollen procesos de internacionalización acelerados, con presencia en múltiples países en simultáneo y con elevada intensidad exportadora.

En esa misma línea, Popli et al. (2017) concluyeron que la internacionalización puede ir a un ritmo acelerado al realizar reformas promercado en el desempeño de las empresas, lo que permite la entrada de más actores nacionales e internacionales, estimula el espíritu empresarial y de competitividad, mejora la capacidad económica e incrementa el desempeño institucional. Prueba de ello es el estudio de Boso et al. (2018), quienes mostraron que las empresas africanas han logrado internacionalizarse de forma acelerada al utilizar la estrategia de la interculturalización, con el fin de reducir brechas institucionales y mitigar los vacíos para ganar experiencia de manera transfronteriza en espacios competitivos y dinámicos.

A partir de estos resultados se plantean estrategias de aceleración para la introducción a nuevos mercados extranjeros, según los emprendedores de las PYME, por un grupo denominado empresas Nacidas Globales (*Born Global*), como explicaron Hsieh et al. (2018). En ese sentido, Jain et al. (2019) indicaron que la internacionalización acelerada debe contar con un alto grado de compromiso para tener una rápida expansión, por lo que debe vincular los conocimientos institucionales y los culturales, con el propósito de obtener mejores oportunidades para conocer al cliente.

Del mismo modo, Kumar et al. (2019) identificaron que las empresas multinacionales de mercados emergentes de la India, al generar reformas que implican la caída de las barreras a la inversión extranjera y al empresariado, tienden a seguir una internacionalización acelerada. En este orden de ideas, McCormick y Somaya (2019) mostraron que las empresas jóvenes de economías emergentes se expanden a una velocidad acelerada mediante la adopción de TIC; asimismo, aprovechan los servicios gubernamentales que les permiten exportar mayores volúmenes y buscan posicionarse estratégicamente en las ciudades capitales con mayores recursos económicos.

Conclusiones y discusión

La discusión del presente trabajo se basa en las diferentes perspectivas de los autores acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización de las empresas. Con base en los antecedentes revisados se identificaron tres teorías que configuraron el marco teórico de esta investigación, a saber, (1) la teoría de Uppsala o de proceso gradual; (2) la teoría de Nueva Empresa Internacional (INV), que plantea que se puede iniciar con un mercado internacional desde el emprendimiento según su conveniencia; y (3) las teorías mixtas, que no son solamente la combinación de dos enfoques (gradual y acelerado), sino que proponen crear nuevas metodologías que se pueden considerar más complejas que las anteriores, pero ayudan a las empresas a que logren la expansión de nuevos mercados.

Con esto se cumplió el primer objetivo específico, que consiste en resumir las diferentes teorías y modelos en el proceso de internacionalización de las empresas, a fin de comprender el estado de la cuestión en torno a las estrategias de expansión que fomenten el aumento de su competitividad y las posibilidades de éxito en mercados foráneos. En cuanto al segundo objetivo específico, se trata de contrastar diferentes perspectivas sobre el proceso de internacionalización de las empresas, por lo que se debía concentrar el estudio en las ventajas y las desventajas de las expansiones graduales y aceleradas. Cabe señalar que existen dos posturas centradas en qué velocidad debe ir una empresa; por una parte, (a) un grupo de autores sugirieron que tienen que ir a una velocidad gradual al inicio de sus operaciones internacionales, y señalaron las ventajas principales:

- Menor inversión de recursos financieros.

- Diversificación y mitigación de riesgos.
- Mayor conocimiento experiencial de la empresa.

Las desventajas son:

- Mayor tiempo en el proceso de expansión internacional.
- Posibilidad de cambio de políticas en los países incursionados.
- Asignación de recursos importantes que implican una gran labor de planificación y gestión por la distancia geográfica y cultural.

Por otra parte, (b) un segundo grupo de autores indicaron que los emprendimientos deben ir a una velocidad acelerada desde su apertura, por lo que resaltan sus ventajas principales:

- Aprovechamiento de los vacíos de las normas institucionales y gubernamentales.
- Mayor penetración de mercados sin base física en los países.
- Rápida adaptación a las necesidades de los nuevos mercados.
- Aprovechamiento de la utilización de las tecnologías de la información y el E-commerce.

Estas son sus desventajas:

- Si la estrategia inicial falla, la empresa sufriría grandes pérdidas económicas.
- Mayor compromiso de los recursos financieros.
- Poco conocimiento del mercado.
- Poco apoyo institucional y gubernamental.

En síntesis, existe una controversia entre distintos autores respecto a la velocidad más conveniente en el proceso de internacionalización de empresas en la estrategia de expansión a

nuevos mercados, puesto que hay un grupo de expertos que defienden una postura de velocidad gradual y otro que defiende la postura de velocidad acelerada; no obstante, se concluye que ambas velocidades muestran sus ventajas y desventajas, y que dependerá del contexto de cada empresa la adaptación de la que mejor se acomode en ella.

Un ejemplo es que una empresa tradicional puede seguir una velocidad gradual, la cual atiende, en primer lugar, a las necesidades de un mercado local para ganar conocimiento experiencial previo, a fin de que posteriormente puedan postular por etapas a un mercado internacional. En cambio, una empresa con una mirada más ambiciosa y vanguardista puede adecuarse mejor con la velocidad acelerada, que sería más conveniente para esta, como en el caso de las empresas que brindan soportes tecnológicos.

Siguiendo las posturas expuestas, hay dos posiciones diferenciadas en cuanto al objetivo general planteado, que es contrastar las diferentes perspectivas en torno a la conveniencia de que el proceso de internacionalización en la estrategia de expansión a nuevos mercados sea acelerado o gradual; en este punto se evidencia que no hay un consenso, lo que genera una controversia entre los especialistas de la bibliografía revisada. Un grupo de autores, conformado por el 58 % de la literatura revisada, están a favor de ir a una velocidad gradual, por lo que consideran que tiene mayores ventajas en cuanto al conocimiento experiencial, el compromiso institucional y la imagen empresarial. Otro grupo de autores, conformado por el 42 % de los artículos examinados, están a favor de ir a una velocidad acelerada, pues ven en esta una oportunidad para expandirse rápidamente y aprovechar los vacíos que puedan existir en las normas políticas y gubernamentales de los países a incursionar.

Finalmente, se recomienda realizar trabajos centrados en el contexto latinoamericano, dado que en este solo se utilizaron dos fuentes enfocadas en este mercado. Asimismo, sería pertinente analizar la velocidad de internacionalización en el mercado peruano, dado que se podrían realizar investigaciones cualitativas para estudiar las empresas peruanas según la teoría que estén aplicando, ya sea de manera empírica o estructurada.

Referencias

- Aguzzoli, R., Lengler, J., Sousa, C. M., & Benito, G. R. (2020). Here We Go Again: A Case Study on Re-entering a Foreign Market. *British Journal of Management*, 1–19. doi:DOI:10.1111/1467-8551.12407
- Alessandri, T., Cerrato, D., & Eddleston, K. (2018). La apuesta mixta de la internacionalización en empresas familiares y no familiares: el papel moderador de la holgura organizacional. *Global Strategy Journal*, 46–72. doi:10.1002/gsj.1201
- Boso, N., Adeleye, I., Ibeh, K., & Chizema, A. (2018). The internationalization of African firms: Opportunities, challenges, and risks. *Thunderbird International Business Review*. doi:doi:10.1002/tie.21977
- Burton, N., Nyuur, R., Amankwah Amoah, J., Sarpong, D., & O'Regan, N. (2020). Product architecture and product market internationalization: A conceptualization and extension. *Global Strategy Journal*, 47–55. doi:doi:10.1002/jsc.2309
- Calabrò, A. B. (2015). What Does Really Matter in the Internationalization of Small and Medium-Sized Family Businesses? *Journal of Small Business Management*, 679–696. doi:doi:10.1111/jsbm.12165
- Casillas, J. C., & Moreno, A. M. (2014). Speed of the internationalization process: The role of diversity and depth in experiential learning. *Journal of International Business Studies*, 85–101.
- Cheng, C., Zhong, H., & Cao, L. (2020). Facilitating speed of internationalization: The roles of business intelligence and organizational agility. *Journal of Business Research*, 95–103. doi:doi:10.1016/j.jbusres.2020.01.003

- Chetty, S., Johanson, M., & Martín, O. M. (2014). Speed of internationalization: Conceptualization, measurement and validation. *Journal of World Business*, 633-650.
Fonte: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2013.12.014>
- Figueira da Silva, G., da Roch, A., & Ferreira da Silva, J. (2019). Taking services to foreign markets: A taxonomy of Brazilian service firms. *Thunderbird*.
doi:<https://doi.org/10.1002/tie.22104>
- Głodowska, A., Pera, B., & Wach, K. (2019). Estrategia internacional como facilitador de la velocidad, el alcance y la escala de la internacionalización de las empresas. *Journal of Management and Business Administration. Europa Central*, 55-84.
doi:<https://doi.org/10.7206/cemj.2658-0845.3>
- Hilmersson, M., & Johanson, M. (2015). Speed of SME internationalization and performance. *Management International Review*, 67-94. Fonte: <https://doi.org/10.1007/s11575-015-0257-4>
- Hilmersson, M., Johanson, M., Lundberg, H., & Papaioannou, S. (2017). Time, Temporality, and Internationalization: The Relationship Among Point in Time of, Time to, and Speed of International Expansion. *Journal of International Marketing*, 22-45.
doi:[doi:10.1509/jim.16.0013](https://doi.org/10.1509/jim.16.0013)
- Hsieh, L., niño, J., Narooz, R., Elbanna, D., Karmowska, J., Marinova, S., . . . Zhang, Y. (2018). A multidimensional perspective of SME internationalization speed: The influence of entrepreneurial characteristics. *International Business Review*.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.09.004>

- Inouye, T. M., Joshi, A. M., Hemmatian, I., & Robinson, J. A. (2019). Counteracting globalization's skeptics: How diasporas influence the internationalization preferences of minority entrepreneurs' firms. *Global Strategy Journal*, 1 - 51. doi:doi:10.1002/gsj.1359
- Jain, N. K., Pangarkar, N., Yuan, L., & Kumar, V. (2019). Rapid internationalization of emerging market firms—The role of geographic diversity and added cultural distance. *International Business Review*. Fonte: <https://www.scimagojr.com/journalsearch.php?q=23665&tip=sid&clean=0>
- Johanson, J., & Vahlne, J. (1977). The internationalization process of the firm—a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 23-32.
- Kim, H., Wu, J., Schuler, D. A., & Hoskisson, R. E. (2019). Chinese multinationals' fast internationalization: Financial performance advantage in one region, disadvantage in another. *Journal of International Business Studies*, 1-31. Fonte: <https://doi.org/10.1057/s41267-019-00279-9>
- Kim, J. U., & Aguilera, R. V. (2015). The World is Spiky: An Internationalization Framework for A Semi-Globalized World. *Global Strategy Journal*, 113–132. doi:doi:10.1002/gsj.1094
- Kumar, V., Singh, D., Purkayastha, A., Popli, M., & Gaur, A. (2019). Springboard internationalization by emerging market firms: Speed of first cross-border acquisition. *Journal of International Business Studies*. doi:10.1057/s41267-019-00266-0
- Lahiri, S., Mukherjee, D., & Peng, M. W. (2020). Behind the internationalization of family SMEs : A strategy tripod synthesis. *Global Strategy Journal*, 1 - 26. doi:10.1002 / gsj.1376

- Lee, J., Jiménez, A., & Devinney, T. (2020). Learning in SME Internationalization: A New Perspective on Learning From Success versus Failure. *Management International Review*, 485–513. doi:<https://doi.org/10.1007/s11575-020-00422-x>
- Li, L., Qian, G., & Qian, Z. (2015). Velocidad de internacionalización: efectos mutuos de antecedentes a nivel individual y empresarial. *Global Strategy Journal*, 303–320. doi:10.1002/gsj.1103
- Lin, S., & Si, S. (2018). The influence of exploration and exploitation on born globals' speed of internationalization. *Management Decision*. doi:doi:10.1108/md-08-2017-0735
- McCormick, M., & Somaya, D. (2019). Globals born from emerging economies: reconciling early export with internationalization theories. *Global Strategy Magazine*. doi:10.1002/gsj.1368
- Meschi, P. X., Ricard, A., & Moore, E. T. (2017). Fast and furious or slow and cautious? The joint impact of age at internationalization, speed, and risk diversity on the survival of exporting firms. *Journal of International Management*, 279-291. Fonte: <https://doi.org/10.1016/j.intman.2017.01.001>
- Mohr, A., & Batsakis, G. (2018). The Contingent Effect of TMT International Experience on Firms' Internationalization Speed. *British Journal of Management*. doi:DOI: 10.1111 / 1467-8551.12293
- Navarro, A., Rey, M., & Barrera, R. (2017). COMPROMISO, RECURSOS, EMPRENDIMIENTO EXPORTADOR Y RESULTADOS EMPRESARIALES/Compromisso, recursos, empreendimento exportador e resultados. *Revista de Administração de Empresa*. doi:10.1590/S0034-759020170203
- Navarro-García, A., Rey-Moreno, M., & Barrera-Barrera, R. (2017). COMPROMISO, RECURSOS, EMPRENDIMIENTO EXPORTADOR Y RESULTADOS

- EMPRESARIALES/Compromisso, recursos, empreendimento exportador e resultados. *Revista de Administração de Empresa*. doi:10.1590/S0034-759020170203
- Nuruzzaman, N., Singh, D., & Gaur, A. S. (2019). Institutional Support and Hazards, and Internationalization of Emerging Market Firms. *Global Strategy Journal*, 361 - 385. doi:10.1002 / gsj.1365
- Omokaro Romanus, C., Anchor, J. R., & Konara, P. (2018). The internationalization of Nigerian firms: Motivations and location patterns. *Thunderbird International Business Review*. doi:doi:10.1002/tie.21962
- Orero Blat, M., Palacios Marqués, D., & Garzón, D. (2020). Knowledge assets for internationalization strategy proposal. *Journal of Innovation & Knowledge*. doi:doi:10.1016/j.jik.2020.08.002
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. (1994). Towarda Theoryof Internationalnew Ventures. *Journal of International Business Studies*, 45-64.
- Paul, J., & Rosado Serrano, A. (2019). Gradual Internationalization vs Born-Global/International new venture models. *International Marketing Review*. doi:doi:10.1108/imr-10-2018-0280
- Paul, J., & Sánchez Morcilio, R. (2018). Toward A New Model For Firm Internationalization: Conservative, Predictable, and Pacemaker Companies and Markets. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences of administration*. doi:10.1002/cjas.1512
- Poblete, C., & Amorós, J. (2013). Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile. *Journal of Technology Management & Innovation*, 97–106. doi:doi:10.4067/s0718-27242013000100010

Popli, M., Akbar, M., Kumar, V., & Gaur, A. (2017). Performance Impact of Temporal Strategic Fit: Entrainment of Internationalization with Pro-Market Reforms. *Global Strategy Journal*, 354–374. doi:doi:10.1002/gsj.1160

Vahlne, J. E. (2020). Development of the Uppsala model of internationalization process: From internationalization to evolution. *Global Strategy Journal*. Fonte: <https://doi.org/10.1002/gsj.1375>

Anexos

Anexo 1 – Matriz 1

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
1	Chinese multinationals' fast internationalization: Financial performance advantage in one region, disadvantage in another.	La rápida internacionalización de las multinacionales chinas: ventaja de rendimiento financiero en una región, desventaja en otra.	Kim, H., Wu, J., Schuler, D. A. & Hoskisson, R. E. (2019). Chinese multinationals' fast internationalization: Financial performance advantage in one region, disadvantage in another. <i>Journal of International Business Studies</i> , 50(9), 1-31. https://doi.org/10.1057/s41267-019-00279-9	<p>A. Objetivo de la investigación: Revelar la velocidad de las multinacionales chinas en su desempeño financiero y expansión hacia otros países anfitriones, utilizando estrategias intrarregionales versus interregionales y su impacto.</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Cuantitativa / Hipótesis utilizada: Hipótesis 1a: Una mayor velocidad de internacionalización en los países anfitriones intrarregionales por parte de las compañías multinacionales de empresas emergentes (CMNE) aumenta el desempeño financiero. Hipótesis 1b: Una mayor velocidad de internacionalización en los países anfitriones interregionales por parte de las CMNE reduce el rendimiento financiero. Hipótesis 2a: Los recursos tecnológicos de las CMNE. Hipótesis 2b: Recursos de marketing de CMNEs. Las CMNE moderan positivamente la relación entre su mayor velocidad de internacionalización en los países anfitriones intrarregionales y el desempeño financiero de las empresas. Hipótesis 3a: Los recursos tecnológicos de las CMNE. Hipótesis 3b: Recursos de marketing de CMNEs Los recursos tecnológicos y los recursos de marketing moderan negativamente la relación entre su mayor velocidad de internacionalización en los países receptores interregionales y el desempeño financiero.</p> <p>C. Muestra realizada: Utilizaron una muestra de 767 empresas multinacionales chinas CMNE proporcionadas por China Stock Market & Accounting Research (CSMAR), que cotizaron en las bolsas de valores de Shanghai y Shenzhen durante el período 2002-2014, respaldan su hipótesis. Como variables dependientes utilizaron el rendimiento de los activos (ROA) para medir contablemente el desempeño financiero, y como variables independientes y moderadoras incluyeron la velocidad y espacio geográfico.</p> <p>D. Resultados: Los autores afirman que las CMNE aumentan su desempeño financiero cuando se internacionalizan de forma intrarregional, logrando mejorar significativamente su ROA contable, además, en la utilización de los recursos tecnológicos y de marketing se visualiza una tendencia en descenso en la estrategia interregional por una mayor inversión y siendo muy largo el plazo de retorno, sin embargo, en la intrarregional se mantiene moderado de acuerdo al ritmo requerido por las empresas.</p>	La Velocidad En La Expansión Internacional De Las Empresas Multinacionales Chinas Utilizando Estrategias Intrarregional E Interregional	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://link.springer.com/article/10.1057/s41267-019-00279-9
2	Speed of internationalization, measurement and validation.	Velocidad de internacionalización: conceptualización, medición y validación.	Chetty, S., Johanson, M., & Martín, O. M. (2014). Speed of internationalization: Conceptualization, measurement and validation. <i>Journal of World Business</i> , 49(4), 633-650. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2013.12.014	<p>A. Objetivo de la investigación: El estudio de la literatura promueve la utilización de modelos de medición y valoración del modelo Uppsala, para hacer el diagnóstico sobre la velocidad y tiempo de la internacionalización. También, indica que los gerentes que asignen los recursos necesarios para aprovechar las oportunidades internacionales esperarán una internacionalización más rápida y sostenible.</p> <p>B. Metodología Cuantitativa. Mediante la técnica de mínimos cuadrados parciales (PLS) "método de modelación de ecuaciones estructurales (SEM) basado en la varianza", esta fue considerada como la técnica de análisis de datos más adecuada para esta investigación, en vista de los objetivos de la investigación y el carácter exploratorio del estudio (la conceptualización de la velocidad de internacionalización, sus dos dimensiones y su operacionalización).</p> <p>Variables utilizadas: • Repetición de exportación. • Diversidad. • Comerter • Realizar • Recursos • Manejo</p> <p>C. Muestra realizada: Estudio empírico a pequeñas y medianas empresas definidas por la Comisión Europea, utilizando un muestreo aleatorio estratificado (por tamaño) y obtuvieron una muestra representativa de 178 del censo de 386 empresas internacionalizadas de diez o más empleados ubicadas en una región española (Navarra). Se incluyeron en los análisis un total de 170 respuestas utilizables. Las empresas figuraban en un directorio de la Cámara de Comercio local. Empresas fabricantes y exportadores habituales. Lo que representaron una muestra representativa de nueve industrias de productos industriales y de consumo. Su método de muestreo es distintivo.</p> <p>Los datos se recopilaron a través de entrevistas personales con el gerente internacional o general a cargo de la actividad comercial en el extranjero de la empresa. La investigación de campo tomó alrededor de ocho meses y la duración promedio de cada entrevista fue de una hora y quince minutos. La tasa de participación fue cercana al 65% de las empresas contactadas, asimismo se tomaron pruebas de sesgo de no respuesta. Además, obtuvieron cuatro medidas de información secundaria: Activos totales, número de empleados, capital extranjero e ISD 3000. También, implementaron procedimientos estadísticos post hoc para diagnosticar y aliviar posibles sesgos de métodos comunes.</p> <p>D. Resultados: Si bien los resultados muestran que la velocidad modera negativamente la rentabilidad de una empresa, los académicos desean aclarar que la velocidad de internacionalización en empresas multinacionales utilizaron diferentes medidas para este constructo y desempeño en comparación con las utilizadas del análisis cualitativo y cuantitativo del estudio. Por lo tanto, el tiempo y la velocidad de la internacionalización es crucial cuando hablan de una apertura de mercado, en la cual se evalúa el factor tiempo e inversión, esto es particularmente importante para las pequeñas y medianas empresas (PYME) por motivo que sus recursos son limitados y necesitan utilizarlos de manera eficaz. Sobre el modelo Uppsala, es una teoría tradicional que explica cómo una empresa fortalece gradualmente sus actividades en los mercados exteriores, sin embargo, la propuesta de la investigación sobre las empresas globales desde el inicio (Born global) o nacidas globales se hace más atractiva para las empresas que comienzan a internacionalizarse poco después de sus inicios, utilizando como su principal estrategia la gran velocidad de penetración, abarcando de forma agresiva el mercado objetivo. No obstante, muchas empresas al no tener fortalezas financieras optan por Uppsala, la cual se relaciona con las empresas tradicionales que comienzan tarde y se internacionalizan a baja velocidad.</p>	La Importancia De La Medición Y La Validación Del Tiempo De Internacionalización Y La Velocidad De Internacionalización La Importancia De Uso De Modelos De Internacionalización Para Maximizar Tiempo Y Recursos Valiosos Para La Empresa.	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1090951613010287?via=ihut

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
3	Fast and furious or slow and cautious? The joint impact of age at internationalization, speed, and risk diversity on the survival of exporting firms.	¿Rápido y furioso o lento y cauteloso? el impacto conjunto de la edad en la internacionalización, la velocidad y la diversidad de riesgos en la supervivencia de las empresas exportadoras.	Meschi, P. X., Ricard, A., & Moore, E. T. (2017). Fast and furious or slow and cautious? The joint impact of age at internationalization, speed, and risk diversity on the survival of exporting firms. Journal of International Management, 23(3), 279-291. https://doi.org/10.1016/j.intman.2017.01.001	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo es estudiar 2 enfoques que permitan identificar cual es la mejor forma de internacionalizar una PYME. Por un lado, tenemos el enfoque de expansión secuencial (SE) que se basa en el aprendizaje experiencial que es lento y cauteloso, y el enfoque de nueva empresa internacional (INV) el cual propone acceso a una variedad de mercados extranjeros para la PYME siendo muy atractivo y permitiendo que el grado de rapidez en una internacionalización sea alto y constante.</p> <p>B. Metodología Cualitativa: Hipótesis 1a. Para las Pymes se internacionalizan con una expansión de mercado lenta, la relación entre la edad de internacionalización y la probabilidad de fracaso es más negativa que para las pymes con una expansión de mercado rápida. Hipótesis 1b. Para las pymes la internacionalización con diversidad es de bajo riesgo, la relación entre la edad de internacionalización y la probabilidad de fracaso es más negativa que para las pymes con diversidad de alto riesgo. Hipótesis 2a. Para las pymes en internacionalización con una expansión de mercado lenta, la relación entre la edad de internacionalización y la probabilidad de fracaso es más positiva que para las pymes con una rápida expansión del mercado. Hipótesis 2b. Para las pymes en internacionalización con diversidad de bajo riesgo, la relación entre la edad de internacionalización y la probabilidad de fracaso es más positiva que para las pymes con diversidad de alto riesgo</p> <p>C. Muestra realizada: El análisis se realizó a 127 empresas al azar de una muestra a 547 PYMES francesas que exportaron desde el año 2003 hasta el 2012 .</p> <p>D. Resultados: Los académicos dan como resultado que al estudiar los enfoques INV y SE, diferencian 2 estrategias de post-entrada que marcan una velocidad de expansión del mercado y diversidad de riesgo tomando como referente la edad de la internacionalización y la probabilidad de fracaso. Por otro lado, el estudio muestra que la internacionalización de las empresas SE es mucho más segura que las empresas INV e híbridas, por motivo que dichas empresas generan mayores esfuerzos de estudio en corto plazo y mayor financiamiento para estabilizar las subsidiarias que entran en crisis económicas. Asimismo, es importante mostrar que la velocidad de expansión del mercado no debe decidirse en función de un comportamiento mimético u oportunista, sino de acuerdo con la duración de la fase previa a la entrada.</p>	Edad En La Internacionalización Y La Recolección De Información Empírica, De Literatura Y De Investigación.	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1075425316300084?via%3DIhub
4	Speed of SME internationalization and performance.	Velocidad de internacionalización y desempeño de las pymes.	Hilmersson, M., & Johanson, M. (2015). Speed of SME internationalization and performance. Management International Review, 56(1), 67-94. https://doi.org/10.1007/s11575-015-0257-4	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo de la investigación es medir las consecuencias en el rendimiento de la velocidad teniendo como factor clave 3 variables determinantes. En primer lugar, la primera muestra que la literatura no califica como una variable a la velocidad, en segundo lugar, los estudios analizan la velocidad solo hasta que comienza la internacionalización, y por último, la poca atención de la multidimensionalidad en la velocidad, dado que las PYMES al ser más veloces al aperturar mercados, tienen un efecto curvilíneo en su desempeño y aumenta el compromiso de los recursos extranjeros produciendo un efecto negativo.</p> <p>B. Metodología Cualitativa (Metodología hipotético-deductivo) • (H1) La velocidad del aumento de las PYMES en la amplitud de los mercados internacionales tiene un efecto curvilíneo sobre el desempeño de las PYMES (en forma de U invertida). • (H2) La velocidad de crecimiento de las PYMES en intensidad comercial internacional tiene un efecto curvilíneo sobre el desempeño de las PYMES (en forma de U invertida). • (H3) La velocidad del aumento de las PYMES en el compromiso de recursos para actividades en el exterior tiene un efecto curvilíneo sobre el desempeño de las PYMES (en forma de U).</p> <p>C. Muestra realizada: Calcularon la velocidad de expansión internacional de una empresa, a través de información obtenida que se recopiló en el 2007 bajo una encuesta in situ de 203 pequeñas y medianas empresas y los datos de desempeño en el 2012 de estadísticas oficiales solicitadas a Statistics Sweden, la muestra se formó en base a 277 pequeñas y medianas empresas con más experiencia internacional en el sur de Suecia. Evaluando en primer lugar, los datos secundarios de cada empresa en relación a los criterios y, en segundo lugar, contactar y evaluar a las empresas vía telefónica.</p> <p>D. Resultados: Se observa una interesante heterogeneidad en las tres dimensiones de la velocidad de internacionalización. Esta heterogeneidad rodea los valores medios, lo que indica que, desde sus inicios, la empresa promedio ingresa a un nuevo mercado por año, incrementa su intensidad internacional 2% por año y reasigna sus recursos a actividades internacionales a una tasa de 0,2% anual. Este análisis reveló que la H1 y H3 tienen relaciones curvilíneas con el desempeño de las empresas, sin embargo, para el H2 no se muestra mayor significancia lo que implica que las Pymes pueden utilizar las mismas capacidades y rutinas para varios mercados, en ese sentido, los clientes y los procesos de venta son más heterogéneos, aumentando su compromiso financiero y teniendo como consecuencia una mejora en el rendimiento.</p>	Velocidad Como Variable Independiente, Dimensionalidad De La Velocidad Y Factores Claves, Estrategias Heterogéneas Y Aumento En El Compromiso De Recurso Extranjeros.	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://link.springer.com/article/10.1007/s11575-015-0257-4

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
5	Speed of Internationalization: Mutual Effects of Individual- and Company- Level Antecedents	Velocidad de internacionalización: efectos mutuos de antecedentes a nivel individual y empresarial	Li, L., Qian, G. y Qian, Z. (2015). Velocidad de internacionalización: efectos mutuos de antecedentes a nivel individual y empresarial. Global Strategy Journal, 5 (4), 303-320. doi: 10.1002/gsj.1103	<p>A. Objetivo de la investigación: Los antecedentes a nivel individual son las cualidades psicológicas de los emprendedores y los antecedentes a nivel de la empresa son comportamientos organizacionales. Si bien estos antecedentes pueden contribuir o no individualmente a la rápida internacionalización de las pequeñas empresas globales desde sus inicios (Born global), su interacción acelera significativamente el proceso.</p> <p>B. Metodología Cuantitativa: Hipótesis 1: Los antecedentes a nivel de empresa, incluida la organización del conocimiento, el consenso y la capacidad de respuesta a los entornos a nivel de empresa, se relacionan positivamente con la velocidad de internacionalización de las empresas pequeñas y jóvenes. Hipótesis 2: Los antecedentes a nivel individual, incluida la propensión a actuar y la propensión a asumir riesgos, se relacionan positivamente con la velocidad de internacionalización de las empresas pequeñas y jóvenes. Hipótesis 3a: Los antecedentes a nivel individual median la relación positiva entre los antecedentes a nivel de empresa y la velocidad de internacionalización de las pequeñas y jóvenes empresas, de manera que la relación es más fuerte con a nivel individual más fuertes. Hipótesis 3b: Los antecedentes a nivel de empresa moderan la relación positiva entre los antecedentes a nivel individual y la velocidad de internacionalización de las empresas pequeñas y jóvenes, de manera que la relación es más fuerte con antecedentes a nivel de empresa más fuertes.</p> <p>C. Muestra realizada: Los autores utilizan una metodología cuantitativa, enfocando sus investigaciones en las empresas de China por ser el país exportador más grande del mundo y las pequeñas empresas han jugado un papel importante en ese crecimiento; por lo tanto, es relativamente fácil localizar pequeñas Nacidas Globales (Born global "BG") en ese país, seleccionaron 2,132 empresas para la encuesta de las cuales 683 empresas les proporcionaron respuestas completas, 371 eran BG y 312 no BG, del rubro manufacturero, productos biotecnológicos, equipos de comunicaciones, electrónica, alimentos, calzado, productos de vidrio, muebles hechos a mano, textiles y juguetes. Siguieron las pautas de Small Business Administration of USA (SBA) al igual que Inouye et al (2019) De las 312 no-BG, 115 no contaban con una estrategia de crecimiento que implicara la internacionalización y 197 comenzaron a internacionalizarse después del tercer año de su fundación o no obtuvieron el 25 por ciento o más de facturación de los mercados extranjeros dentro de los tres años de su fundación.</p> <p>D. Resultados: Se encontraron dos hallazgos importantes. En primer lugar, demuestra que los antecedentes de BG a nivel individual y empresarial impulsan individualmente la internacionalización temprana de estas empresas. En segundo lugar, se esclarece las relaciones entre los antecedentes a nivel individual y empresarial, sirviendo los primeros como variables mediadoras, estas capacidades organizacionales permiten a las empresas se integren, reconfiguren y se adapten a las capacidades basadas en los entornos cambiantes.</p>	Los Comportamientos Y Variables Para Medir La Internacionalización De Las Empresas Jóvenes Para Tomar El Menores Riesgos En El Mercado.	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/gsj.1103
6	The mixed gamble of internationalization in family and nonfamily firms: The moderating role of organizational slack	La apuesta mixta de la internacionalización en empresas familiares y no familiares: el papel moderador de la holgura organizacional	Alessandri, TM, Cerrato, D. y Eddleston, KA (2018). La apuesta mixta de la internacionalización en empresas familiares y no familiares: el papel moderador de la holgura organizacional. Global Strategy Journal, 8 (1), 46-72. doi: 10.1002/gsj.1201	<p>A. Objetivo de la investigación: Confirmar si las empresas familiares se internacionalizan más rápido que las no familiares, desde la perspectiva de las apuestas mixtas se examina la internacionalización de diferentes tipos de empresas familiares (de propiedad familiar débil, de propiedad familiar fuerte y de propiedad y gestión familiar), así como empresas no familiares, considerando cómo las diferencias en la participación familiar alteran las percepciones de posibles ganancias y pérdidas de riqueza socioemocional y financiera.</p> <p>B. Metodología Cualitativa: (método Descriptivo) •Hipótesis A: (Las empresas familiares exhibirán un menor grado de internacionalización que empresas no familiares). - Las empresas familiares se internacionalizarán menos que las empresas no familiares, pero la diferencia en la internacionalización con las empresas no familiares será la más pequeña para las empresas familiares, y luego aumentará progresivamente para las empresas débiles de propiedad familiar (vFQ) y empresas sólidas de propiedad familiar (SFO). •Hipótesis B: (Las empresas familiares exhibirán una menor amplitud de internacionalización que empresas no familiares). - el grado de internacionalización entre las empresas familiares y las empresas no familiares disminuye a medida que aumenta la participación familiar, asimismo la amplitud de la internacionalización entre las empresas familiares y las empresas no familiares disminuye a medida que aumenta la participación familiar. •Hipótesis C: (Las empresas familiares mostrarán una mayor orientación a la región de origen que empresas no familiares.) El efecto de inercia de la holgura disponible es más fuerte para las empresas familiares (empresas débiles de propiedad familiar (vFQ) y empresas sólidas de propiedad familiar (SFO) en relación con las empresas no familiares. Sin embargo, los efectos sobre las empresas de administradas por la familia (FM) no son estadísticamente diferentes de los de las empresas no familiares.</p> <p>C. Muestra realizada: La muestra inicial fue de 1500 empresas cotizadas en la bolsa de valores de empresas estadounidenses del 2003 al 2006. Debido a la falta de datos, la muestra se realizó únicamente con 935 empresas y 2,705 observaciones. 273 son empresas familiares las cuales se recopilaron los datos de Compustat, Execucomp y Thomson Reuters para las variables independientes, moderadoras y de control como son: Empresas familiares, Holgura organizativa, variables de control. Sus variables independientes fueron: Alcance de la internacionalización, Amplitud de internacionalización, orientación de la región de origen. Probaron sus hipótesis en un conjunto de datos de panel utilizando un modelo de efectos fijos que incluye efectos fijos tanto de la empresa como del año.</p> <p>D. Resultados: Las empresas no familiares se centran principalmente en objetivos económicos, lo que las coloca bajo una mayor presión para maximizar las ganancias actuales y las ganancias futuras a corto plazo que las empresas familiares. Por lo tanto, cuando se expanden en el extranjero, las empresas no familiares están más dispuestas a intercambiar riesgos por mayores retornos y es menos probable que restrinjan sus estrategias de internacionalización que las empresas familiares. Por lo tanto, las empresas familiares ven más atractivo y están más dispuestas a invertir en una internacionalización intrarregional que una internacionalización interregional (otros continentes).</p>	Reformas Temporales Que Favorecen A Las Nuevas Empresas A Ingresar A Otros Mercados Logrando Mayo Probabilidad De Éxito	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/gsj.1201

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
7	Born globals from emerging economies: Reconciling early exporting with theories of internationalization	Globales nacidos de economías emergentes: conciliar las exportaciones tempranas con las teorías de la internacionalización	McCormick, M. and Somaya, D. (2019). <i>Globals born from emerging economies: reconciling early export with internationalization theories</i> . <i>Global Strategy Magazine</i> . doi: 10.1002/gsj.1368	<p>A. Objetivo de la investigación: Identificar los aspectos más relevantes de las empresas globales desde el inicio (Born global) y cuales han sido sus factores más representativos que los impulsa a realizar exportaciones desde los mercados emergentes hacia otros países en vez de seguir el proceso tradicional con enfoque en el mercado local siendo empresas jóvenes.</p> <p>B. Metodología Cualitativa (método de encuestas): La metodología utilizada se basa en la hipótesis derivada de 15 economías en desarrollo y emergentes contrastando los impulsores de la exportación de empresas jóvenes y establecidas.</p> <ul style="list-style-type: none"> Hipótesis 1 (H1): En comparación con las empresas establecidas, las empresas jóvenes se involucrarán en una mayor exportación si utilizan tecnologías habilitadas para Internet. - Las empresas jóvenes con fundadores con experiencia internacional son más rápidas en participar en actividades internacionales que las empresas que carecen de dicha experiencia. Hipótesis 2 (H2): En comparación con las empresas establecidas, las empresas jóvenes participarán en mayores exportaciones si cuentan con altos directivos con experiencia internacional. Hipótesis 3 (H3): En comparación con las empresas establecidas, las empresas jóvenes se involucrarán en una mayor exportación si obtienen servicios gubernamentales básicos más eficientes. - Las empresas jóvenes pueden aprovechar estos entornos locales generosos y comenzar a exportar en una etapa más temprana, mientras que las empresas más establecidas pueden depender menos de tales ventajas relacionadas con la ubicación debido a su desarrollo interno de capacidades exportadoras. Hipótesis 4 (H4): En comparación con las empresas establecidas, las empresas jóvenes se involucrarán en una mayor exportación si están ubicados en una ciudad capital. <p>C. Muestra realizada: El diseño de esta investigación se centra en comparar los impulsores de la exportación entre empresas jóvenes y establecidas en economías emergentes con el objetivo de conciliar las exportaciones tempranas de nuevas empresas con las teorías tradicionales de internacionalización de empresas.</p> <p>La muestra utilizable final consistió en 3.733 empresas que representan a 15 países emergentes y en desarrollo y 18 industrias, incluyen empresas exportadoras y no exportadoras, empresas jóvenes y establecidas, asimismo, se extrajo de las encuestas del Banco Mundial (WBES) disponible públicamente, además, se identificó mediante un muestreo aleatorio estratificado de la población de empresas de cada país.</p> <p>Para recopilar estos datos, el Banco Mundial llevó a cabo entrevistas personales, ya sea directamente o mediante el uso de agentes con altos directivos y propietarios de empresas que van desde un empleado hasta más de 5.000 empleados, en más de 130.000 empresas en 135 países.</p> <p>D. Resultados: Las empresas jóvenes de economías emergentes pueden reducir los costos de transacción y aprendizaje de expandirse a mercados extranjeros mediante la adopción de tecnologías digitales (Internet) y han ayudado a las empresas a acelerar su participación en los mercados internacionales permitiéndoles construir y mantener de manera rentable redes de relaciones con múltiples clientes, distribuidores y proveedores internacionales.</p> <p>Las exportaciones de empresas jóvenes de economías emergentes aumentan cuando aprovechan los impulsores de la globalización moderna y superan a los países de origen con limitaciones institucionales, todas las cuales tienen mayores impactos en las exportaciones de las empresas jóvenes que las establecidas. Comprender estos impulsores únicos de las empresas nacidas de economías emergentes para acceder a los mercados internacionales. También encontramos que las empresas jóvenes superan las deficiencias institucionales y de infraestructura del país de origen en las economías emergentes, específicamente, al recibir servicios gubernamentales eficientes y ubicarse estratégicamente en centros con recursos suficientes, como las ciudades capitales, lo que les ayuda más a exportar en comparación con las empresas establecidas. Los hallazgos ayudan a explicar el fenómeno moderno de las empresas "nacidas a nivel mundial, que se han apartado del camino tradicional de centrarse primero en los mercados nacionales y luego emprender una expansión internacional incremental que ayudan a reconciliar el fenómeno de la exportación temprana por parte de empresas globales desde el inicio (Born global) con las teorías tradicionales que postulan un proceso de internacionalización incremental y aprendizaje secuencial sobre los mercados extranjeros".</p>	Exportaciones Tempranas E Internacionalización De Empresas Jóvenes Vs Empresas Tradicionales Posicionadas	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/gsj.1368
8	Toward A New Model For Firm Internationalization: Conservative, Predictable, and Pacemaker Companies and Markets	Hacia un nuevo modelo de internacionalización de empresas: conservadores, predecibles y marcapasos	Paul, J., & Sánchez-Morcillo, R. (2018). <i>Toward A New Model For Firm Internationalization: Conservative, Predictable, and Pacemaker Companies and Markets</i> . <i>Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences of administration</i> . doi: 10.1002/cjas.1512	<p>A. Objetivo de la investigación: Medir de forma teórica de un nuevo modelo de internacionalización denominado modelo Conservador, Predecible y Marcapasos (CPP) en las empresas de Puerto Rico que están enfocadas al rubro de TI utilizando dimensiones basadas en análisis, distancia legal entre regiones profundizando en fenómenos y direcciones futuras de las firmas locales.</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Cuantitativa / Hipótesis utilizada: (método) La metodología utilizada es descriptiva y se basa en análisis informes denominados ruta y patrones trazando la Hipótesis de la curva en S que muestra la relación entre la diversificación internacional y el desempeño de las empresas</p> <p>C. Muestra realizada: Entrevistan a 40 empresas del sector de Tecnologías de la Información, seleccionadas entre 150 empresas de software cotizadas en Costa Rica y muestran que las empresas costarricenses tardan un promedio de cuatro años desde su fundación para comenzar a exportar y demostrar que nacieron locales, lo que significa que no nacieron con una orientación exportadora y que menos del 40% de sus clientes son extranjeros. Orientan su estudio en una metodología cuantitativa para examinar la trayectoria, el patrón, los procesos.</p> <p>D. Resultados: El patrón y proceso de internacionalización se examinó con base en el método de agrupamiento. La proporción de firmas conservadoras a marcapasos es menor (lo que significa que hay firmas más conservadoras) y, por lo tanto, concluyen que la industria de TI en Puerto Rico no es globalmente competitiva. También, encontraron que las empresas de TI en Puerto Rico no son competitivas en el mercado predecible; principalmente atienden a las necesidades del mercado local. Indican que esto podría deberse a que la mayoría de ellos son relativamente pequeños.</p>	Modelo De Dimensionamiento De La Internacionalización Y Tipos De Empresas En El Mercado Global (Conservadoras/ Predecibles Y Marcapasos O Empresas Con Penetración Agresiva)	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización -Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q2	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cjas.1512

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
9	Springboard internationalization by emerging market firms: Speed of first cross-border acquisition	Internacionalización de trampolín por parte de empresas de mercados emergentes: velocidad de la primera adquisición transfronteriza	Kumar, V., Singh, D., Purkayastha, A., Popli, M., & Gaur, A. (2019). Springboard internationalization by emerging market firms: Speed of first cross-border acquisition. <i>Journal of International Business Studies</i> . doi:10.1057/s41267-019-00266-0	<p>A. Objetivo de la investigación: En este artículo se investiga el papel de la inserción institucional de las empresas en términos de edad y afiliación al grupo empresarial en sus agresivas búsquedas de internacionalización, un tema que ha permanecido menos explorado en la investigación empresarial internacional.</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Cuantitativa / Hipótesis utilizada: (método) Hipótesis 1: En los mercados emergentes que experimentan cambios institucionales, las empresas más jóvenes tienen más probabilidades de ejecutar su primer convenio colectivo más rápido que las empresas más antiguas. Hipótesis 2: En contextos marcados por el desarrollo institucional y las reformas favorables al mercado, el efecto amortiguador de la afiliación a un grupo empresarial sobre la internacionalización agresiva. Hipótesis 3: En los mercados emergentes que experimentan un cambio institucional, los jóvenes afiliados a grupos Hipótesis 4a: Entre los grupos empresariales.</p> <p>C. Muestra realizada: La muestra proviene de empresas de la India en un total de 552 durante el período de 18 años entre 2000 y 2017. Los datos para este estudio provienen de dos fuentes: la base de datos del 2018 de Provest del Center for Monitoring the India Economy (www.cmie.com) que incluyen todas las empresas que cotizan en las principales bolsa de valores de la India, así como, el sector público y extranjero, y la base de datos SDC de Thomson Reuters. La data analizada es de 8163 empresas en total que cotizan en la Bolsa de Valores de Bombay o en la Bolsa de Valores Nacional. Para investigar la velocidad con la que las empresas realizan por primera vez adquisiciones transfronterizas, emplearon el análisis de supervivencia utilizando la estimación de regresión de riesgos proporcionales de Cox.</p> <p>D. Resultados: Las multinacionales de los mercados emergentes buscan activos estratégicos de forma agresiva desde el principio. En este artículo, los autores investigan el papel de la inserción institucional de las empresas en términos de edad y afiliación al grupo empresarial en sus agresivas búsquedas de internacionalización, un tema que ha permanecido menos explorado en la investigación empresarial internacional. India y otros países de mercados emergentes parecen estar persiguiendo un camino acelerado hacia la internacionalización, a diferencia del recorrido históricamente por grandes empresas en los mercados desarrollados. Empresas más jóvenes entre las empresas afiliadas a grupos empresariales son más agresivas en sus internacionalizaciones y muestran patrones heterogéneos. Finalmente, las inversiones extranjeras a nivel de grupo y el total los activos tienen un efecto perjudicial sobre la internacionalización agresiva La internacionalización agresiva de las EMNE desafía a muchas opiniones sobre negocios y estrategia internacionales; entendiendo este comportamiento es críticamente importante.</p>	Empresas Hindúes Y Su Agresividad Para Internacionalizar Las Empresas (Inversiones Extranjeras A Nivel De Grupo Y El Total Los Activos Perjudiciales)	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://link.springer.com/article/10.1057/s41267-019-00266-0
10	International strategy as the facilitator of the speed, scope, and scale of firms' internationalization	La estrategia internacional como facilitadora de la velocidad, el alcance y la escala de la internacionalización de las empresas	Glodowska et al. (2019). Estrategia internacional como facilitador de la velocidad, el alcance y la escala de la internacionalización de las empresas. <i>Journal of Management and Business Administration, Europe</i> , 27 (3), 55-84. doi: https://doi.org/10.7206/jcem.2658-0845.3	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo del artículo es identificar y verificar la relación entre la estrategia internacional y su impacto desde 3 dimensiones tales como velocidad, el alcance y la escala de la internacionalización para forjar un modelo integral que incluya los componentes restantes de una estrategia internacional y de las diferentes categorías que estimulan los procesos de internacionalización.</p> <p>B. Metodología Cuantitativa / Hipótesis utilizada: (método técnico de entrevista telefónica asistida (CATI)) es identificar y verificar la relación entre la estrategia internacional y su impacto en tres dimensiones del fenómeno estudiado.</p> <p>•H1: Las empresas con una estrategia de internacionalización se internacionalizan más rápido que aquellas que no la tienen. - afirman que las empresas que se internacionalizan rápida e intensamente pueden centrarse primero en unos pocos mercados, por lo que en realidad pueden ser "nacidas regionales" y no "nacidas globales". Por lo tanto, podemos agregar que una delimitación entre estas dos categorías es el resultado de un compromiso entre las dimensiones individuales de la internacionalización - su velocidad, alcance e intensidad - lo que también confirma la trascendencia de la estrategia adoptada para el ámbito de la internacionalización</p> <p>•H2: Las empresas con una estrategia de internacionalización operan en un mayor número de mercados externos que las que no tienen dicha estrategia. - el impacto de las alianzas estratégicas sobre la rentabilidad de las operaciones en el exterior es positivo solo cuando se coopera con un socio extranjero. Por lo tanto, presentan evidencia empírica sobre la existencia de una relación lineal positiva entre internacionalización y desempeño de las empresas.</p> <p>•H3: Las empresas con una estrategia de internacionalización venden más fuera de Polonia que las empresas que no tienen esa estrategia. - no existe una relación conjunta entre estrategia y el volumen de venta</p> <p>C. Muestra realizada: El estudio utiliza una metodología cuantitativa, por lo que su encuesta se basó en una muestra de 355 empresas internacionalizadas de Polonia, de distintos tamaños. Además, maneja sus análisis con prueba t y prueba U (ANOVA) que muestran una correlación entre la estrategia internacional de una empresa como instrumento de planificación, la velocidad y alcance de la internacionalización. Su estrategia se introduce como factor determinante de la escala, alcance y rapidez de internacionalización y su investigación enriquece los estudios empíricos sobre mercados emergentes.</p> <p>D. Resultados: Solo una de cada cinco empresas estudiadas declara tener una estrategia de internacionalización formalizada, y más de la mitad no tiene ninguna estrategia, ya sea formalizada o no formalizada. Basado en un análisis algorítmico demuestra la fuerza moderada de la relación entre el tamaño de la empresa y tener una estrategia de internacionalización. Una manera eficiente y eficaz de realizar la actividad empresarial en el exterior requiere la aplicación de instrumentos de planificación adecuados y luego la gestión de la estrategia de internacionalización. Durante años, la literatura sobre el tema intentó una modelación teórica del proceso de internacionalización desde la perspectiva del enfoque estratégico.</p>	Dimensionamiento De La Internacionalización (Velocidad/Alcance Y Escala)	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q2	https://content.sciendo.com/view/journals/jmbace/27/3/article-p55.xml?language=en

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
11	A multidimensional perspective of internationalization speed: The influence of entrepreneurial characteristics	Una perspectiva multidimensional de la velocidad de internacionalización de las pymes: la influencia de las características emprendedoras	Hsieh, L., Child, J., Narooz, R., Elbanna, S., Karmowska, J., Marinova, S., ... Zhang, Y. (2018). A multidimensional perspective of internationalization speed: The influence of entrepreneurial characteristics. <i>International Business Review</i> . doi:10.1016/j.ibusrev.2018.09.004	<p>A. Objetivo de la investigación: Explicar las diferentes dimensiones de la velocidad de la internacionalización a través de la lente de la experiencia empresarial internacional de los actores emprendedores, sus razones para la internacionalización (percepción de las oportunidades del mercado exterior y diferenciación frente a los competidores), y estrategias de innovación (intensidad de I+D y tipos de innovación). Estos predictores reflejan la "orientación empresarial internacional (innovación, asociación de riesgos y proactividad)" de los empresarios de las PYME.</p> <p>B. Metodología Cuantitativa / Hipótesis utilizada: (método de encuesta) Hipótesis 1. La experiencia empresarial internacional de los emprendedores PYME se asocia positivamente con a) la anticipación de la internacionalización, b) la velocidad de profundización, c) la velocidad de la diversificación geográfica. Hipótesis 2. La percepción que tienen los empresarios de las PYME de las oportunidades en el exterior se asocia positivamente con a) la anticipación de la internacionalización, b) la velocidad de profundización, c) la velocidad de diversificación geográfica. Hipótesis 3. La orientación de los empresarios pymes hacia la diferenciación frente a los competidores se asocia positivamente con a) la anticipación de la internacionalización, b) la velocidad de profundización, c) la velocidad de la diversificación geográfica. Hipótesis 4. Compromiso de las PYME emprendedoras con la innovación. Hipótesis 5.1. Las PYMES cuyos emprendedores se enfocan en la innovación exploratoria tenderán a a) internacionalizarse más tarde y exhibirán b) mayor velocidad de profundización, c) menor velocidad de diversificación geográfica, en comparación con aquellas que se enfocan en una estrategia de innovación explotadora. Hipótesis 5.2. Las PYME cuyos emprendedores persiguen una estrategia de innovación ambidiestra tenderán a a) internacionalizarse antes y exhibir b) menor velocidad de profundización, c) menor velocidad de diversificación geográfica, en comparación con aquellos que se enfocan en una estrategia de innovación explotadora.</p> <p>C. Muestra realizada: Para este estudio, se recopiló datos entre 2012 y 2014 de las industrias de la ropa, el software y la biotecnología en seis economías, a saber, el Medio Oriente árabe, China, Dinamarca, India, Polonia y el Reino Unido. En total se contactó con 334 empresas candidatas. Las empresas que aceptaron participar se agregaron a la muestra hasta que se alcanzó la muestra objetivo de 180 PYME (lo que arroja una tasa de respuesta del 54%).</p> <ul style="list-style-type: none"> • El primer criterio fue que las empresas seleccionadas en Dinamarca, Polonia y el Reino Unido deberían emplear a menos de 250 empleados para asegurarse de que entraran en la categoría de PYME según la definición de la UE. • El segundo criterio se refería a la elección de las tres industrias, que fue informada por tipología que distingue entre pymes tradicionales, intensivas en conocimientos y basadas en el conocimiento. • El tercer criterio de muestreo implicó la inclusión de dos categorías de economía contrastantes (economía desarrollada y economía en desarrollo) para combinar la evitación del riesgo de extraer conclusiones de un único contexto nacional. <p>D. Resultados: La velocidad de internacionalización de las Py me examina la influencia de las características empresariales en múltiples dimensiones de la velocidad de internacionalización. En Los resultados de una muestra de 180 pymes muestran que la precocidad, la velocidad de profundización y la velocidad de la diversificación geográfica pueden verse como tres alternativas estratégicas diferentes y que cada dimensión está predicha por un conjunto diferente de antecedentes empresariales. La velocidad de la profundización está relacionada con la experiencia empresarial internacional de los emprendedores, su orientación a la diferenciación frente a los competidores, y apuesta por la innovación y una estrategia de exploración. La velocidad de la diversificación geográfica se predice únicamente por la orientación de los empresarios hacia la diferenciación frente a los competidores. Pueden verse como tres alternativas estratégicas diferentes, aunque no son mutuamente excluyentes, cada dimensión de la velocidad de internacionalización es predicha por un conjunto diferente de factores, indicando cómo cada elección está determinada por la percepción, el pensamiento y la preferencia empresarial. Para aumentar la velocidad de la diversificación geográfica, las empresas tienen la necesidad de desaprender o ajustar sus rutinas o procedimientos específicos del país o intrarregionales establecidos para operando en otros mercados regionales.</p>	Precocidad De Las Pymes Para La Internacionalización	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q2	https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969593117318557
12	The Contingent Effect of TMT International Experience on Firms' Internationalization Speed	El efecto contingente del equipo de alta dirección experiencia internacional en empresas velocidad de internacionalización	Mohr, A., & Batsakis, G. (2018). The Contingent Effect of TMT International Experience on Firms' Internationalization Speed. <i>British Journal of Management</i> . doi:10.1111/1467-8551.12293	<p>A. Objetivo de la investigación: Estudiar el tamaño promedio de las TMT(Empresas), la edad promedio de los miembros, nivel de educación y la experiencia internacional.</p> <p>B. Metodología Cuantitativa / Hipótesis utilizada: (método) H1: Habrá una relación curvilínea (curva en U invertida) entre la experiencia internacional de TMT y la velocidad de internacionalización de las empresas. H2a: Las demandas laborales asociadas a una mayor presión competitiva fortalecerán el efecto de la experiencia internacional de los TMT en la velocidad de internacionalización de las empresas. H2b: Las demandas laborales asociadas con una mayor diversificación de productos fortalecerán el efecto de la experiencia internacional de los TMT en la velocidad de internacionalización de las empresas. H2c: Las demandas laborales asociadas con un alcance geográfico más amplio fortalecerán el efecto de la experiencia internacional de los TMT en la velocidad de internacionalización de las empresas.</p> <p>C. Muestra realizada: Debido a que faltaban algunos de los datos financieros de estas empresas, la muestra inicial se redujo de 189 a 144 empresas. La muestra final consta de 91 empresas multinacionales minoristas (EMN) durante los años 2003 al 2012 de las bases de datos Planet Retail y Orbis, con puntos de venta en el extranjero incluidos en al menos una de las siguientes tres clasificaciones de empresas: (1) Top Global 250 Minoristas de Planet Retail (2012); (2) Los 250 principales minoristas mundiales de Deloitte (2011); y (3) la lista de clasificación de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) de las 100 principales empresas transnacionales (2012). El método utilizado para probar su hipótesis es de un estimador GLS usando un enfoque rezagado (retardo de 2 años) para variables dependientes y para las independientes las variables de abolladura, moderación y control. Y también, el estimador FIML para estimaciones más eficientes.</p> <p>D. Resultados: Basándose en la teoría de los escalones superiores (UE), argumentan que habrá una relación en forma de curva en U invertida entre el nivel de experiencia internacional del equipo de alta dirección (TMT) y la velocidad de internacionalización de una empresa. Teniendo en cuenta el papel de las demandas de puestos ejecutivos resaltadas en la teoría de los escalones superiores, sugieren, además, que la presión competitiva, la diversificación de productos y el alcance geográfico moderan la relación entre la experiencia internacional del equipo de alta dirección y la velocidad de internacionalización al aumentar las demandas de los puestos de trabajo de los gerentes del equipo de alta dirección. No encontraron ningún efecto moderador de la diversificación de productos o del alcance geográfico. Entre sus resultados muestran efectos consistentes y estadísticamente significativos para dos de las variables incluidas como variables de control. Este efecto está en línea con investigaciones previas sobre los factores que afectan la velocidad de internacionalización de los minoristas.</p>	Desempeño Y Competitivas Estratégica De Los Gerentes Cuando Aperturan Un Mercado En Base A Diversificación De Productos De Cartera Según La Zona Geográfica Ubicada	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-8551.12293

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
13	Institutional support, hazards, and internationalization of emerging market firms	Apoyo institucional, peligros e internacionalización de empresas de mercados emergentes	Nuruzzaman, N., Singh, D., & Gaur, A. S. (2019). Institutional Support and Hazards, and Internationalization of Emerging Market Firms. <i>Global Strategy Journal</i> . doi:10.1002/gsj.1365	<p>A. Objetivo de la investigación: Analizar e identificar los diferentes tipos de apoyos institucionales en la empresa que pueden ayudar a la expansión internacional y los peligros institucionales que las empresas pueden evitar al diversificar sus ventas geográficamente.</p> <p>B. Metodología Cuantitativa / Hipótesis utilizada: (método) Hipótesis 1 El apoyo institucional se relaciona positivamente con el grado de internacionalización de las empresas de economías emergentes. Hipótesis 2 El riesgo institucional se relaciona positivamente con el grado de internacionalización de las empresas de economías emergentes. Hipótesis 3 El efecto marginal del apoyo institucional sobre el grado de internacionalización de las empresas es mayor que el de los peligros institucionales. Hipótesis 4 El efecto positivo del apoyo institucional sobre el grado de internacionalización de las empresas es más fuerte en las empresas estatales (EPE) que en las no EPE.</p> <p>C. Muestra realizada: Encuestas de Empresas del Banco Mundial (WBES). Las encuestas de la WBES tienen datos a nivel de empresa de 134 países en desarrollo. La muestra de la encuesta proviene de la población de empresas que cotizan en bolsa en cada país y sigue una metodología de muestreo aleatorio estratificado. Excluyen aquellos países para los que tenemos menos de 20 empresas. Por tanto, su muestra final consta de 9.337 empresas de 81 países. Las encuestas se realizaron entre 2006 y 2015.</p> <p>D. Resultados: Basándose en la visión institucional de la empresa, existen dos aspectos importantes al momento de tomar la decisión de internacionalizarse, el apoyo institucional que proporciona una fuente de ventaja competitiva y alienta a las empresas a expandirse internacionalmente y otra de riesgo institucional que se refiere a la posible extorsión de las instituciones políticas y legales que truncan y afectan la toma de decisiones estratégicas de las empresas. De acuerdo con sus argumentos, encontraron que tanto el apoyo institucional como los peligros institucionales están relacionados positivamente con el grado de expansión internacional, y el efecto del apoyo institucional es más fuerte que el efecto de los peligros institucionales. Con respecto al valor contingente de la propiedad estatal, encontraron que la propiedad estatal aumenta el efecto positivo del apoyo institucional en la expansión internacional, pero no tiene ningún efecto en la relación entre los peligros institucionales y la expansión internacional.</p>	Apoyo Institucional Para Ingreso A Mercados Y Problemática Del Apoyo Institucional Con Riesgo Político De Acuerdo Al País De Origen	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/gsj.1365
14	Behind the internationalization of family SMEs: A strategy tripod synthesis	Detrás de la internacionalización de las pymes familiares: una síntesis del trípode de estrategia	Lahiri, S., Mukherjee, D., & Peng, M. W. (2020). Behind the internationalization of family SMEs: A strategy tripod synthesis. <i>Global Strategy Journal</i> . doi:10.1002/gsj.1376	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo del presente estudio es brindar herramientas sólidas a las empresas PYMES familiares y pequeñas a fin de que el proceso de internacionalización no se estanque o no se realice utilizando la estrategia trípode basado en recursos de la empresa, en las instituciones y en la industria.</p> <p>B. Metodología Cualitativa Hipótesis utilizada: (método de observación) Para esta investigación se basaron en evaluar empresas de Europas categorizándolas por rango de colaboradores entre 250 y 500</p> <p>C. Muestra realizada: Para su síntesis utilizaron revistas académicas como fuentes de datos y siguiendo la tradición cualitativa de interpretación. La Muestra fue todas las empresas que se encontraban registradas en el sistema de empresas de la Unión Europea como método comparativo y exploratorio lo cual les dio resultado no esperado y contradictorios tales como discrepancias familiares, a mayor número de familiares menor es la posibilidad de internacionalizar la compañía entre otras. Como uno de los pasos para su búsqueda fue en base de datos en línea de EBSCO Host para encontrar publicaciones académicas relevantes. La lista final fue 52 artículos centrados en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas familiares.</p> <p>D. Resultados: En general, este artículo hace dos contribuciones destacadas y oportunas. En primer lugar, aprovecharon un marco de estrategia de trípode novedoso para sintetizar la literatura de internacionalización de las PYME familiares en expansión. Dentro de la amplia beca de empresa familiar, las pymes familiares y su dinámica son distintas y, como era de esperar, la investigación sobre la internacionalización de las pymes familiares ha ido creciendo a lo largo de los años. En segundo lugar, iniciaron un diálogo entre dos importantes y crecientes corrientes de literatura: la internacionalización de las PYME Para concluir, en su síntesis sugieren que los repertorios de recursos específicos de la empresa y la familia, los marcos institucionales y las condiciones de la industria impulsan la internacionalización de las PYMES familiares, y la dinámica de internacionalización varía entre estas empresas en función de cómo enfrentan, evalúan y tratan estos factores. Esperan que su síntesis impulse a los académicos a revitalizar la conversación entre las corrientes de literatura sobre internacionalización de las PYME y las AF aprovechando productivamente el marco del trípode estratégico.</p>	Plan Estratégico De Acuerdo A Recursos, Instituciones Y La Industria	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/gsj.1376

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
15	Performance Impact of Temporal Strategic Fit: Entrainment of Internationalization with Pro-Market Reforms	Impacto en el desempeño del ajuste estratégico temporal: arraigo de la internacionalización con reformas favorables al mercado	Popli, M., Akbar, M., Kumar, V., & Gaur, A. (2017). Performance Impact of Temporal Strategic Fit: Entrainment of Internationalization with Pro-Market Reforms. <i>Global Strategy Journal</i> , 7(4), 354-374. doi:10.1002/gsj.1160	<p>A. Objetivo de la investigación: Los gerentes de las empresas de mercados emergentes se han enfrentado a reformas favorables de los mercados nacionales, lo que los ha llevado a un alto grado de competencia. Encontramos que las empresas que dan forma a su respuesta en sincronización con los cambios en el entorno externo están en la mejor posición para mitigar la erosión de su rentabilidad. Con respecto a los mercados emergentes, a pesar de que las reformas a favor del mercado han evolucionado sustancialmente en las últimas dos décadas los estudios que han examinado el impacto de las reformas del desempeño de las empresas han evitado una perspectiva temporal. Para llenar este vacío, el estudio adopta una perspectiva temporal y se enfoca en las características temporales de las reformas de amplio alcance en el contexto de ME de la India.</p> <p>B. Metodología Cuantitativa / Hipótesis utilizada: (método Deductivo) Hipótesis 1a: La internacionalización tiene un impacto moderador más fuerte en la relación entre las reformas favorables al mercado y el desempeño de las empresas para las empresas incorporadas en una fase en comparación con las empresas no incorporadas. Hipótesis 1b: La internacionalización tiene un impacto moderador más fuerte en la relación entre las reformas favorables al mercado y el desempeño de la empresa para las empresas totalmente incorporadas en comparación con las empresas incorporadas en la fase. C. Muestra realizada: El análisis es empírico, los autores comienzan con una población de 478 empresas del sector automotriz de la India, abarcando dos divisiones en el NIC: fabricantes de vehículos de motor, remolques y semirremolques y fabricantes de otros equipos de transporte. Eliminan las empresas que se fundaron después de 2001 quedando un panel desequilibrado de 339 empresas, repartidos en un período de 10 años (2001-2010). El estudio se extrajo de la base de datos Prowess (CME), que clasifica todas las actividades económicas en la India de acuerdo con los códigos de Clasificación Nacional de la Industria (NIC). Han utilizado variables como: Actuación - rendimiento de activos (ROA), Índice de reforma, grado de internacionalización (DOI), Empresas arraigadas en la fase, Empresas totalmente arraigadas, variables de control. Emplean el modelo de selección de muestras de dos pasos de Heckman. El gobierno indio aprobó el Ley de gestión de divisas (FEMA), que otorgó poderes al banco central de la India (RBI) para regular las transacciones de IED hacia el exterior. D. Resultados: Los estudios que han examinado el impacto de las reformas del desempeño de las empresas han evitado una perspectiva temporal. Para llenar este vacío, adoptaron una perspectiva temporal y se enfocaron en las características temporales de las reformas de amplio alcance en el contexto de ME de la India. Como conclusión se identifica al menos tres contribuciones distintas. En primer lugar, la literatura adopta una visión bastante estática sobre la relación entre las reformas favorables al mercado y el desempeño de las empresas. En segundo lugar, el estudio complementa la investigación existente sobre reformas favorables al mercado en los contextos latinoamericano y chino y, En tercer lugar, hasta donde saben, este artículo es el primero en analizar las consecuencias en el desempeño de la internacionalización proactiva y recursiva, a menudo descrita como la perspectiva del trampolín en un contexto de mercados emergentes.</p>	Las Reformas Favorables Del Mercado Nacional Y El Desempeño De Las Empresas	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/gsj.1160
16	Product architecture and product market internationalization: A conceptualization and extension	Arquitectura de producto e internacionalización del mercado de producto: una conceptualización y extensión	Burton, N., Nyuur, R., Amankwah-Amoaah, J., Sarpong, D., & O'Regan, N. (2020). Product architecture and product market internationalization: A conceptualization and extension. <i>Strategic Change</i> , 29(1), 47-55. doi:10.1002/jsc.2309	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo del estudio conduce a modular y organizar la arquitectura de productos basados en su ciclo de vida que puede permitir a las empresas internacionalizarse de manera más eficaz y eficiente. Suponiendo que una arquitectura de producto abierta y su modulación pueda permitir que los mercados de productos internacionales se conviertan en componentes dentro de una estrategia de internacionalización modular.</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Cuantitativa / Hipótesis utilizada: (método deductivo) La hipótesis del reflejo busca examinar dos relaciones importantes: 1. El alcance de un mapeo arquitectónico entre las elecciones estratégicas de la arquitectura de producto y la arquitectura de la empresa. 2. Espejo dentro de la empresa - y entre las opciones arquitectónicas de las empresas y las estructuras industriales -duplicación entre empresas.</p> <p>C. Muestra realizada: El enfoque de este documento se basa en investigación empírica conceptual de otras literaturas respecto a el papel de la arquitectura en la internacionalización del mercado de productos, empleando sobre su hipótesis de espejo mostrando una visión estilizada de como la arquitectura del producto facilita y puede "reflejar" la internacionalización del mercado de productos y la internacionalización de las empresas.</p> <p>D. Resultados: Enfatizar el papel de la arquitectura del producto en el mercado y la internacionalización de la empresa. En concreto, la internacionalización se examina de dos formas importantes: la internacionalización del mercado de productos y la internacionalización de la empresa. En segundo lugar, se aparta de gran parte de la literatura sobre internacionalización existente yendo más allá de la "empresa" y "país" perspectivas para proponer un marco unificado de cómo la arquitectura de producto influye en la internacionalización. Además, la contribución de los autores se suma a la literatura sobre la hipótesis del reflejo al presentar una visión estilizada sobre cómo la arquitectura del producto facilita y puede hacer "espejo" a la internacionalización del mercado de productos e internacionalización de la empresa. Las propuestas de los autores postulan que cuando la arquitectura de un producto es abierta y modular, la estrategia de internacionalización del mercado de productos de una empresa también puede volverse más abierta y modular. Desarrollaron la idea de que puede existir un mapeo arquitectónico potencial entre el grado de apertura y modularidad en las arquitecturas de productos y el grado de internacionalización del mercado de productos. Tal arquitectura de producto puede permitir que una empresa focal se adapte y sustituya fácilmente los componentes del producto dentro de una arquitectura para satisfacer las necesidades locales de los mercados internacionales de productos sin afectar otros componentes, lo que puede llevar a que los propios mercados de productos se hipoteticen como "componentes del mercado "Dentro de una internacionalización modular" estrategia. También, postulan que cuando una empresa opta por adoptar una arquitectura de producto cerrada e integrada, a menudo puede ser muy difícil adaptar la arquitectura de producto para satisfacer las necesidades de una variedad de mercados de productos internacionales, ya que las interdependencias dentro de la arquitectura hacen que tales estrategias de internacionalización sean más importantes. Como consecuencia, es probable que estas estrategias de productos a menudo se limiten a una "cerrada" competencia dentro de las fronteras nacionales.</p>	La Modulación Y Organización De Los Productos Basados En Su Ciclo De Vida Permite A Las Empresas Internacionalizarse De Manera Más Eficaz Y Eficiente.	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/jsc.2309

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
17	Counteracting Globalization's Skeptics: How Diasporas Influence the Internationalization Preferences of Minority Entrepreneurs' Firms	Contrarrestar los escépticos de la globalización: cómo las diásporas influyen en las preferencias de internacionalización de las empresas de empresarios minoritarios	Inouye, T. M., Joshi, A. M., Hemmatian, I., & Robinson, J. A. (2019). Counteracting globalization's skeptics: How diasporas influence the internationalization preferences of minority entrepreneurs' firms. <i>Global Strategy Journal</i> . doi:10.1002/gsj.1359	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo del estudio a través de sus extensiones teóricas y evidencia empírica ofrecen nuevos conocimientos sobre la estrategia global de las empresas de empresarios minoritarios como motores de exportación en una era de creciente escepticismo sobre la globalización.</p> <p>B. Metodología Cuantitativa / Hipótesis utilizada: La hipótesis es que las diásporas otorgan a los empresarios minoritarios preferencias de riesgo que reducen su escepticismo sobre la globalización y aumentan su cautela sobre la asignación excesiva de recursos. Primero, revisan la investigación relevante sobre decisiones de gestión de riesgos dentro de la internacionalización y su modelo de proceso. Explican por qué estas decisiones pueden diferir para las pequeñas empresas y considerar los efectos de la globalización. Luego, explican cómo las diásporas, el paradigma de la sospecha y el fundador todas las improntas se relacionan con las percepciones de riesgo y las actitudes hacia la globalización de las empresas de empresarios minoritarios. Finalmente, sobre la base de estas ideas, desarrollan un conjunto de seis hipótesis para explorar cómo influyen las diásporas en las preferencias de las empresas con respecto a las vías de internacionalización y las características del mercado objetivo extranjero.</p> <p>H1: Las empresas de empresarios minoritarios tendrán una preferencia más fuerte que otras empresas por seguir un camino de internacionalización a pasos agigantados frente a un camino lento y constante.</p> <p>H2: Las empresas de empresarios minoritarios tendrán una preferencia más fuerte que otras empresas por seguir un camino de internacionalización contractual frente a un camino no contractual.</p> <p>H3: Las empresas de empresarios minoritarios tendrán una preferencia más fuerte que otras empresas por seguir un camino de internacionalización de compromiso limitado frente a un camino de compromiso ilimitado.</p> <p>H4: Las empresas de empresarios minoritarios tendrán una preferencia más fuerte que otras empresas para apuntar a mercados extranjeros que están menos dispersos geográficamente.</p> <p>H5: Las empresas de empresarios minoritarios tendrán una preferencia más fuerte que otras empresas para apuntar a mercados extranjeros que están más fraccionados étnicamente.</p> <p>H6: Las empresas de empresarios minoritarios tendrán una preferencia más fuerte que otras empresas para apuntar a mercados extranjeros que están más fraccionados lingüísticamente.</p> <p>C. Muestra Realizada: Metodología cuantitativa, utilizando variables recopiladas de 5 bases de datos en línea administradas por el gobierno federal de los EE. UU. Las 3 bases de datos de la Small Business Administration (SBA) y la base de datos Sistema de Gestión de Comunicaciones (SAM por sus siglas en inglés). Y los 2 restantes del Sistema de Gestión de Adjudicaciones (SAM) para todo el gobierno y el Mapa de Conglomerados de la Administración de Desarrollo Económico de los Estados Unidos (EDA). Todas estas bases contienen registros oficiales de entidades corporativas que buscan realizar transacciones comerciales con el gobierno federal de los EE. UU. Obtienen resultados de una muestra de 20.090 TMD (pequeñas empresas estadounidenses que desean exportar sus productos y servicios) en los rubros de fabricación, Investigación y Desarrollo (I+D), constructoras o de servicios, otras. Para abordar el posible sesgo de la muestra utilizan un modelo de selección de Heckman, que utiliza la estimación de máxima verosimilitud completa con errores robustos.</p> <p>D. Resultados: La literatura muestra que las empresas de emprendedores minoritarios prefieren ingresar al mercado, reduciendo los riesgos a través de contratos y compromisos limitados, y apuntar a países con mayores diferencias étnicas y lingüísticas. Además, en respuesta, estos empresarios aprovechan sus identidades étnicas compartidas como miembros de las redes de la diáspora para buscar oportunidades de expansión internacional centradas en sus países o regiones de origen. Los valores medios de los índices del mercado objetivo indican que los mercados objetivo preferidos de las empresas de empresarios minoritarios se caracterizan por un nivel del 7% del índice de dispersión geográfica, un nivel del 30% del índice de fraccionamiento étnico y un nivel del 28% del nivel lingüístico. Índice de fraccionamiento. Aproximadamente el 31% de las empresas son empresas de empresarios minoritarios. Los resultados muestran que, aunque las empresas de empresarios minoritarios pueden preferir encarecidamente dar un salto en lugar de un camino lento y constante hacia la internacionalización, pueden encontrar dificultades. al hacerlo, ya que sus mercados extranjeros objetivo pueden estar geográficamente dispersos y fraccionados en todos los grupos étnicos y lingüísticos de esos países. Estos hallazgos indican que las empresas de empresarios minoritarios parecen ser simultáneamente menos escépticas con respecto a la globalización, pero más cautelosas a la hora de comprometer recursos cuando se expanden internacionalmente.</p>	Los Empresarios Escépticos En La Era De La Internacionalización	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://www.researchwithrutgers.com/en/publications/counteracting-globalizations-skeptics-how-diasporas-influence-the
18	What Does Really Matter in the Internationalization of Small and Medium-Sized Family Businesses?	¿Qué importa realmente en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas familiares?	Calabrò, A., Brogi, M., & Torchia, M. (2015). What Does Really Matter in the Internationalization of Small and Medium-Sized Family Businesses? <i>Journal of Small Business Management</i> , 54(2), 679–696. doi:10.1111/jsbm.12165	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo de este estudio es explorar si la participación de las generaciones entrantes afecta la decisión de explotar y explorar oportunidades internacionales y hasta qué punto que el altruismo y la confianza basada en la competencia median esa relación.</p> <p>B. Metodología Cualitativa Hipótesis utilizada: Para validar este marco teórico, un estudio de caso múltiple sobre cuatro empresas familiares italianas. Se formulan tres proposiciones a partir de la literatura internacional sobre el espíritu empresarial y la teoría de la administración. Los autores abordan el llamado de Zahra (2003) para más investigación utilizando la teoría de la mayordomía como principal lente de análisis de los comportamientos internacionales de las EF.</p> <p>Proposición # 1: La participación de la generación entrante constituye un "episodio" particular en el ciclo de vida de las EF que influye positivamente en las actividades asociadas con el espíritu empresarial internacional (la exploración y explotación de oportunidades internacionales).</p> <p>Proposición # 2: La presencia de una orientación a largo plazo, valores alineados entre la familia y la empresa, y la toma de decisiones participativa (presencia de altruismo) entre las generaciones mayores y entrantes media positivamente el impacto de la participación de la generación entrante en el nivel del espíritu empresarial internacional (la exploración y explotación de oportunidades internacionales).</p> <p>Proposición # 3: La confianza basada en la competencia que la generación senior confía en la generación entrante media positivamente el impacto de la participación de la generación entrante en el nivel de emprendimiento internacional (la exploración y explotación de oportunidades internacionales).</p> <p>C. Muestra Realizada: El estudio se enfoca en una investigación empírica que se basa en una figura sistemática, utilizando una muestra de empresas familiares italianas con un personal de 250 empleados aproximadamente, ahondando en algunas empresas como la empresa familiar de Fernández y Nieto. La investigación basada en casos múltiples se define como "una estrategia de investigación dirigida a comprender la presente dinámica en contextos singulares", explorando en la estrategia de replicación de Yin, 2003 como se citó en Calabrò et al. 2015. Este documento tiene modelo explicativo para comprender la internacionalización de las Empresas Familiares que no solo se limita a cómo se llevan a cabo los procesos de toma de decisiones dentro de la familia y las empresas, sino que también se centra en la importancia de las nuevas participaciones, altruismo y confianza de las futuras generaciones.</p> <p>D. Resultados: Los principales hallazgos sugieren que cuando los cambios "de época" se rompen repentinamente, contribuyen positivamente a la exploración y explotación de las actividades empresariales internacionales. Los resultados del análisis cualitativo muestran que existen diferentes comportamientos y percepciones internacionales entre las generaciones mayores y las nuevas. De hecho, el momento, el alcance y los modos de internacionalización cambian en relación con el ciclo de vida de las empresas familiares, el grado de participación de la generación, la visión paternalista del fundador / propietario de la empresa y otras características específicas de las empresas familiares.</p>	Las Nuevas Generaciones De Las Empresas Familiares Afectan Las Decisiones De Explotar Y Explorar Nuevas Oportunidades De Internacionalizarse De Acuerdo A Las Generaciones.	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jsbm.12165

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
19	Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile	Determinantes en la estrategia de internacionalización para las pymes: el caso de Chile	Poblete, C., & Amorós, J. (2013). Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile. Journal of Technology Management & Innovation, 8(1), 97-106. doi:10.4067/s0718-27242013000100010	<p>A. Objetivo de la investigación: A través de la observación de un conjunto de pymes chilenas, en este trabajo se pretende verificar el cumplimiento de la teoría de internacionalización acelerada desarrollada por Oviatt y McDougall (1994) para el caso chileno.</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Cuantitativa / Hipótesis utilizada: Para el caso chileno fueron estudiadas las variables sugeridas por Oviatt y McDougall (2005): redes de apoyo, nivel tecnológico de la industria en que participa la empresa, experiencia previa, tamaño de la empresa y las distancias psíquicas entre Chile y los países a los que se exporta.</p> <p>Hipótesis 1: La presencia de capital extranjero en el capital inicial de una pyme incrementa la probabilidad de que ésta sea INV. Hipótesis 2: La presencia en asociaciones, gremios u otro tipo de institución aumenta la probabilidad de que la pyme sea INV. Hipótesis 3: el mayor nivel tecnológico del sector en que participe la pyme aumenta la probabilidad de que sea INV. Hipótesis 4: las INV chilenas se caracterizan por exportar a mercados psicológicamente más lejanos que las empresas de internacionalización gradual. Hipótesis 5: a mayor tamaño de una empresa, se incrementa la probabilidad de que una pyme sea INV. Hipótesis 6: Empresas con un fundador que posee experiencia previa en internacionalización de negocios aumenta la probabilidad de que ésta sea INV.</p> <p>C. Muestra Realizada: Analizaron una muestra de 112 pymes exportadoras y fue construida con base de datos de Pymexporta de Chile. Para este estudio la información adicional que necesitaban fue recolectada a través de una encuesta respondida telefónicamente o vía correo electrónico. La base de datos quedó compuesta por 43 empresas clasificadas como International New Venture (INV) y 69 empresas que siguen un proceso gradual de internacionalización. Además, analizaron determinantes para el proceso de internacionalización acelerada como la influencia redes de contacto, el apoyo institucional, nivel tecnológico, distancias psíquicas, tamaño de la empresa, apoyo institucional y la experiencia previa del emprendedor. La metodología de estudio fue enfocado en modelo de regresión logística para estudiar el cambio en la probabilidad de que una joven empresa exportadora sea clasificada como INV.</p> <p>D. Resultados: En el estudio los autores pudieron demostrar que para el caso de Chile existen factores propuestos por la literatura, como las redes de apoyo, el tamaño de la empresa y el nivel tecnológico de la industria, que no necesariamente aceleran la estrategia de internacionalización. Por otra parte, el impacto de las distancias psíquicas y la experiencia previa resultan ser factores determinantes para acelerar la búsqueda de mercados internacionales. A partir de los resultados, sugieren que la política pública deba enfocarse más en fortalecer el capital humano de los individuos emprendedores, que en netamente aspectos institucionales.</p>	Redes De Apoyo, Tamaño De Empresa Y Nivel Tecnológico No Acelera La Estrategia De Internacionalización.	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q3	https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0718-27242013000100010
20	COMPROMISO, RECURSOS, EMPRENDIMIENTO EXPORTADOR Y RESULTADOS EMPRESARIALES /Compromiso, recursos, emprendimiento exportador e resultados	Compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales/compromiso, recursos, emprendimiento exportador e resultados	Navarro-García, Antonio; Rey-Moreno, Manuel; Barrera-Barrera, Ramón. Revista de Administração de Empresas; São Paulo Tomo 57, N.º 2, (Mar/Abr 2017): 135-147. DOI:10.1590/S0034-759020170203	<p>A. Objetivo de la investigación: La presente investigación tiene un doble objetivo. En primer lugar, partiendo de las premisas del enfoque basado en los recursos (Resource-based view [RBV]), conocer cómo determinados factores internos (recursos y compromiso exportador) pueden influir en el nivel de emprendimiento que muestra la empresa exportadora en los mercados exteriores. En segundo lugar, conocer el efecto del emprendimiento exportador en los resultados empresariales. el segundo objetivo de la presente investigación, tiene como objeto conocer la influencia del emprendimiento exportador, definido a partir de la velocidad, el grado y el alcance, en el resultado de la actividad exportadora.</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Cuantitativa / Hipótesis utilizada: H1: El compromiso exportador influye positivamente en el nivel de emprendimiento de la empresa exportadora. H2: Los recursos asociados a la experiencia, general e internacional, de la empresa exportadora influyen positivamente en el nivel de emprendimiento exportador. H3: Los recursos asociados a la existencia de una estructura específica -departamento de exportación- para la actividad exportadora influyen positivamente en el nivel de emprendimiento exportador. H4: Existe una relación positiva entre el nivel de emprendimiento de la empresa exportadora y sus resultados empresariales en los mercados exteriores.</p> <p>C. Muestra Realizada: El estudio utiliza una muestra multisectorial de 212 empresas exportadoras españolas, empleando un análisis empírico de datos a través del paquete estadístico SmartPLS 3.2.3, que proviene de la técnica empleada de ecuaciones estructurales PLS (Partial Least Squares), para medir las variables se basó en el enfoque reflexivo y el enfoque formativo, la primera bajo una metodología cuantitativa y la segunda cualitativa. Para contrastar las hipótesis planteadas los autores obtuvieron a partir de una base de datos del Instituto Español de Comercio Exterior (1.250 empresas exportadoras), una muestra de 212 empresas españolas que realizan operaciones de comercio exterior. Además, enviaron cuestionarios por e-mail a una persona responsable o el director de las exportaciones.</p> <p>D. Resultados: Los resultados revelan que: a) el emprendimiento exportador depende positivamente del compromiso exportador y de los recursos asociados a la experiencia y a la estructura; b) se corrobora el efecto positivo que el nivel de emprendimiento exportador genera en los resultados empresariales, por lo que es recomendable que las empresas exportadoras desarrollen procesos de internacionalización acelerados, con presencia en múltiples países simultáneamente y con elevada intensidad exportadora.</p>	Recursos Y Compromiso Exportador Influye En Mercados Exteriores. Influencia En El Emprendimiento Exportador.	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q3	https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902017000200135&lng=en&nrm=iso

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN I	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
21	Facilitating speed of internationalization: The roles of business intelligence and organizational agility	facilitar la velocidad de la internacionalización: los roles de la inteligencia empresarial y la agilidad organizacional	Cheng, C., Zhong, H., & Cao, L. (2020). Facilitating speed of internationalization: The roles of business intelligence and organizational agility. <i>Journal of Business Research</i> , 110, 95–103. doi:10.1016/j.jbusres.2020.01.003	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo del presente estudio es de cerrar la brecha entre la investigación de la velocidad de internacionalización de la empresa y el estudio emergente de inteligencia empresarial (BI), este estudio se basa en la transformación del conocimiento como lente teórica para explorar cómo la inteligencia empresarial aprovecha la agilidad organizacional para promover la velocidad de la internacionalización.</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Cuantitativa / Hipótesis utilizada: Los autores proponen un modelo teórico que examina las relaciones entre la inteligencia empresarial, la agilidad organizativa, la distancia cultural y la velocidad de internacionalización de la empresa en el contexto de las empresas chinas. Argumentando que la inteligencia empresarial de las empresas internacionales de China promovería la velocidad de internacionalización de la empresa a través de la agilidad organizativa, un mediador clave que captura la capacidad de la empresa para interpretar y aplicar conocimientos diversificados a sus estrategias de internacionalización. Por lo tanto, los autores examinan dos preguntas importantes en este estudio: (1) ¿cómo afecta la inteligencia empresarial a la velocidad de internacionalización de las empresas chinas a través de la agilidad organizacional? (2) ¿Cómo influye la interacción de la distancia cultural con la agilidad organizativa en la velocidad de internacionalización de las empresas chinas?</p> <p>Hipótesis 1. La inteligencia empresarial se relaciona positivamente con la velocidad de internacionalización de la empresa. Hipótesis 2. La agilidad de capitalización de mercado mide la relación entre la inteligencia empresarial y la velocidad de internacionalización de la empresa. Hipótesis 3. La agilidad del ajuste operacional mide la relación entre la inteligencia empresarial y la velocidad de internacionalización de la empresa. Hipótesis 4. La distancia cultural modera negativamente el efecto positivo de la agilidad de capitalización de mercado sobre la velocidad de internacionalización de la empresa. Hipótesis 5. La distancia cultural modera negativamente el efecto positivo de la agilidad del ajuste operativo sobre la velocidad de internacionalización de la empresa.</p> <p>C. Muestra Realizada: Para la prueba de sus hipótesis construyeron una encuesta longitudinal que adjunta datos de 258 empresas del área del delta del río Yangtzé en China. La primera recopilación de datos se realiza en julio-agosto de 2017. Utilizaron dos tipos de recopilación de datos: entrevistas y cuestionarios enviados por correo electrónico. De las 276 respuestas, el 28,3% son entrevistas y el 71,7% cuestionarios que se envían por correo electrónico. La muestra final comprende 258 empresas que llevan operando entre 3 a 10 años y los demás se fundaron hace más de 10 años, recopilando los datos entre julio y agosto del 2017, utilizando una estrategia de encuesta in situ, aportando información sobre la velocidad de la internacionalización. En cuanto a la propiedad, el 31,4% son empresas estatales y el 68,6% son empresas privadas. Además, en términos de tamaño de la empresa (refiriéndose al normas emitidas por el Ministerio de Industria e Información de China Tecnología), el 9,8% son pequeñas empresas (Fabricación Industrial <300 empleados; Industria de TI <100 empleados), el 33,9% son medianas empresas (fabricación industrial, 300-1000 empleados; industria de TI, 100-300 empleados) y el 56,3% son grandes empresas (Industrial Fabricación, > 1000 empleados; Industria de TI, > 300 empleados). Los encuestados incluyen principalmente CIO y altos directivos a cargo de la gestión de la información empresarial. La medición es en base a las variables como: Inteligencia de negocios, agilidad organizacional, Distancia cultural, velocidad internacional, variables de control, entre otros.</p> <p>D. Resultados: La investigación llega a la conclusión de que: (1) La inteligencia empresarial tiene una influencia significativa en la velocidad de la internacionalización, y la agilidad organizacional media positivamente tal relación causal. (2) La distancia cultural modera negativamente la relación entre agilidad organizacional y velocidad de internacionalización. En particular, cuando las empresas chinas internacionalizadas obtienen información valiosa a través de la inteligencia empresarial, ejercen la agilidad organizativa para gestionar eficazmente el nuevo conocimiento proporcionado por la inteligencia empresarial y la velocidad de la internacionalización se acelerará. El resultado del análisis revela que la inteligencia empresarial afecta directamente a la velocidad de la internacionalización de la empresa. Mientras tanto, la relación entre la inteligencia empresarial y la velocidad de internacionalización de las empresas está totalmente mediada por la agilidad organizativa. Este resultado muestra que la simple implementación de la inteligencia empresarial no es suficiente para mejorar la velocidad de internacionalización de las empresas. Indicando que es vital desarrollar la agilidad organizacional que se pueda utilizar como canal para transferir el conocimiento explícito proporcionado por la inteligencia empresarial al conocimiento tácito que es fundamental para mejorar la velocidad de internacionalización de la empresa. Este estudio también muestra el papel moderador de la distancia cultural entre la agilidad organizacional y la velocidad de internacionalización de la empresa.</p>	Velocidad De Internacionalización Y El Estudio Emergente De La Inteligencia Empresarial.	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296320300035

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
22	Gradual Internationalization vs Born-Global/International new venture models: A review and research agenda	Internacionalización gradual frente a nuevos modelos de emprendimiento born-global / internacional: una agenda de revisión e investigación	Paul, J., & Rosado-Serrano, A. (2019). Gradual Internationalization vs Born-Global/International new venture models. International Marketing Review. doi:10.1108/imr-10-2018-0280	<p>A. Objetivo de la investigación: El propósito de este artículo es revisar críticamente los estudios sobre el proceso de internacionalización (internacionalización gradual vs modelos de nuevos emprendimientos Born-Global / Internacional) para identificar las brechas de investigación en esta área y preparar una futura agenda de investigación. El desafío es desarrollar enfoques de métodos más mixtos al estudiar los determinantes y resultados de los patrones de internacionalización.</p> <p>B. Metodología Cualitativa Hipótesis utilizada: Para esta revisión se empleó un método de revisión sistemática de la literatura. Los autores destacan los hallazgos de estudios previos, comparan y contrastan características sobresalientes y características, basadas en los artículos publicados en revistas con una puntuación de factor de impacto de al menos 1.0, y proporcionan direcciones para la investigación. Los datos utilizados en investigaciones anteriores van desde datos a nivel de empresa hasta datos anuales. Hay muchas oportunidades para realizar investigaciones en esta área basada en el método de encuesta y métodos de estudio de casos múltiples utilizando datos primarios. Herramientas analíticas. Se encontró que los métodos de investigación como el método de estudio de caso, La encuesta, el análisis de regresión y los métodos mixtos se utilizan ampliamente en investigaciones previas en esta área. Los investigadores nos brindan proposiciones teóricas, que podrían usarse como hipótesis para probarlas en investigaciones futuras.</p> <p>P1. Las características del emprendedor influyen en la decisión de la empresa de internacionalizarse y el ritmo de internacionalización; especialmente para las empresas que siguen un modelo global enfoque / INV o un modelo de internacionalización acelerada.</p> <p>P2. La adopción de una estrategia de marketing de nicho por parte de la empresa tiene una influencia positiva en su decisión de internacionalizar y por ende el proceso y ritmo; especialmente para las firmas que siguen un enfoque global nacido / INV o un modelo de internacionalización acelerada.</p> <p>P3. Las cadenas de suministro, las redes y las relaciones entre empresas más sólidas tienen una influencia positiva en el proceso de toma de decisiones para la internacionalización, especialmente para las pequeñas empresas.</p> <p>P4. Las empresas de industrias intensivas en tecnología tienden a seguir el modelo global nacido, en comparación con las industrias manufactureras tradicionales y de uso intensivo de mano de obra.</p> <p>C. Muestra Realizada: Los autores analizaron 115 artículos que se han publicado en las revistas de primer nivel para proporcionar direcciones para futuras investigaciones. Realizaron una búsqueda utilizando las palabras clave, a saber, internacionalización gradual, nacido global e INV, en los respectivos sitios web de la revista. Limitaron su búsqueda al período 1995-2018. Luego, siguieron métodos, como la búsqueda en línea con Google Scholar, EBSCO, sitios web de revistas e investigación fuera de línea utilizando la lista de referencias de diferentes artículos. Siguiendo los criterios utilizados en otros artículos ampliamente citados (Keupp y Gassmann, 2009), los criterios de selección del artículo / revista se decidieron en función del factor de impacto de la revista para centrarse en la calidad de los artículos. Obtuvieron y analizaron productos nacidos a nivel mundial y Literatura de internacionalización gradual de revistas incluidas en el índice de citas de ciencias sociales, con un factor de impacto anual de al menos 1,0 (factor de impacto de 2015). Artículos que se publican en revistas con un factor de impacto menor o revistas sin factor de impacto que no son incluidos en esta revisión.</p> <p>D. Resultados: La literatura revela las oportunidades para el desarrollo de la teoría, la extensión y la prueba de la teoría en áreas tales como IMR Descargado por la Universidad de Auburn a las 09:09 del 28 de febrero de 2019 (PT) características empresariales de los gerentes, la decisión de las empresas de ingresar a nichos de mercado, las relaciones interempresariales, el vínculo entre la innovación y el grado de globalización nacida. Asimismo, encontraron que no hay muchos estudios teóricos que destaquen los factores reales que contribuir al fenómeno global nacido centrado en la evidencia empírica. También, los hallazgos revelan que el enfoque artístico de los emprendedores para generar confianza y el oportunismo impulsa el esfuerzo de internacionalización. Señalan que la falta de conocimiento son impedimentos para comprender los determinantes de la internacionalización gradual frente a los modelos globales nacidos. Los avances en las últimas dos décadas en el campo de los modelos de internacionalización gradual y globalizados han agregado riqueza para explicar el progreso de la investigación en ambos modelos, pero aún tienen brechas de conocimiento en esta área. Los autores trazaron oportunidades prometedoras para la investigación futura, que pueden contribuir sustancialmente al desarrollo del campo.</p>	Proceso De Internacionalización Gradual Vs Modelos De Nuevos Emprendimientos	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IMR-10-2018-0280/full/html
23	Development of the Uppsala model of internationalization process: From internationalization to evolution	Desarrollo del modelo de Uppsala de proceso de internacionalización: de la internacionalización a la evolución	Jan-Erik Vahlne (2020). Development of the Uppsala model of internationalization process: From internationalization to evolution, https://doi.org/10.1002/gsj.1375	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo de este artículo es servir como base para una problematización continua (Alvesson y Sandberg, 2011), que con suerte conducirá a una investigación cada vez más progresiva sobre la internacionalización, la globalización y la evolución de las empresas, específicamente innovaciones teóricas y quizás mejoras del modelo de Uppsala.</p> <p>B. Metodología: Investigación teórica Explica como el modelo de Uppsala del proceso de internacionalización cambio de explicar la internacionalización a explicar la evolución.</p> <p>C. Muestra Realizada: no especifica una muestra, sin embargo, hace una investigación teórica de varios autores sobre la evolución desde el desarrollo de su modelo propuesto con Johanson en 1977.</p> <p>D. Resultados: El autor menciona que existen oportunidades para mejorar y aplicar el modelo de Uppsala, lo cual podría conducir a nuevos hallazgos interesantes. Sugiriendo que se debe mirar más de cerca los micro fundamentos de la estrategia global. pudiéndose aplicar hallazgos psicológicos al problema de investigación. Otro es analizar los procesos evolutivos. Y una Tercera aplicación sería el estudio de estrategias de la expansión internacional de las empresas comerciales multinacionales (MBE por sus siglas en inglés)</p>	EVOLUCION DEL MODELO UPPSALA, PROCESO DE INTERNACIONALIZACION, MEJORAS DEL MODELO	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización	Q1	

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
24	Knowledge assets for internationalization strategy proposal	Activos de conocimiento para la propuesta de estrategia de internacionalización	Orero-Blat, M., Palacios-Marqués, D., & Garzón, D. (2020). Knowledge assets for internationalization strategy proposal. <i>Journal of Innovation & Knowledge</i> . doi:10.1016/j.jik.2020.08.002	<p>A. Objetivo de la investigación: Este estudio tiene como objetivo proporcionar una mejor comprensión de las estrategias y procesos de internacionalización adoptados por las empresas de base tecnológica. Esta investigación propone un concepto simple, destacable y de fácil comprensión a través de un lienzo empresarial que contiene nueve módulos que reflejan la lógica de una empresa para generar ingresos y que cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, suministro, infraestructura y viabilidad económica. Además, en su último apartado tiene como objetivo considerar toda la información explicada a través del desarrollo del trabajo y destacar las evidencias de mejora a la luz de la estrategia corporativa de la empresa analizada. La estrategia de internacionalización propuesta consiste en un modelo temporal de ocho pasos a través del cual una empresa de ciberseguridad podrá comprobar rápidamente su propuesta de valor en nuevos países. En un periodo de entre seis y siete meses, la empresa podrá probar la viabilidad de ingresar a determinados nuevos mercados y realizar esfuerzos óptimos para ganar allí sus primeros clientes. Por tanto, aumentará la rentabilidad de las operaciones.</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Cuantitativa / Hipótesis utilizada: La investigación refine una idea inicial de manera sistemática mediante tres pasos fundamentales que se resumirán: documentar el plan A, identificar las partes más riesgosas del plan, probar sistemáticamente el plan. El autor propone el desarrollo del plan de negocio en Lean Canvas, que es una adaptación del Business Model Canvas de Alex Osterwalder. Desarrolla un esquema rápido que incluye todas las hipótesis que deben probarse para demostrar el éxito en el mercado. Los autores proponen un método de entrada lean en un mercado externo basado en 8 pasos. Paso 1 : Segmentación y estudio del mercado. Paso 2 : Seleccione un mercado de cabeza de playa y calcule el mercado total direccionable. Paso 3 : Determine la unidad de toma de decisiones del cliente y mapee el proceso para adquirir un cliente que paga. Paso 4 : Declare la propuesta de valor y la posición competitiva. Paso 5 : Desarrollo de producto. Paso 6 : Prueba de hipótesis. Paso 7 : Identificar nuevos adoptantes tempranos. Paso 8 : Acelerar la cadena de clientes.</p> <p>C. Muestra Realizada: El estudio se centra en la aplicación de las metodologías Lean y Lean Start-up las cuales han sido aceptadas por empresarios e investigadores a nivel mundial, elegidas para crear una nueva estrategia de internacionalización para S2 Grupo de Innovación en Procesos Organizativos S.L.U. (en adelante S2 Grupo) que es una empresa española de ciberseguridad con presencia internacional.</p> <p>D. Resultados: Desde el punto de vista académico, este trabajo recoge una revisión de las principales aportaciones de las Metodologías Lean Start-up y las aplica a la situación actual de una empresa consolidada como S2 Grupo. También se realiza una revisión de las estrategias y consideraciones de internacionalización en los negocios internacionales y se aplica al sector de la ciberseguridad. Por tanto, este artículo refuerza la literatura existente sobre la elaboración de estrategias internacionales con metodologías Lean Start-up. Además, el modelo de internacionalización propuesto en este estudio no ha sido explicado previamente y hay una falta de estudios empíricos sobre la internacionalización de las empresas de ciberseguridad. Desde el punto de vista de la gestión, los principales beneficios e implicaciones están en términos de beneficios de tiempo-coste para la empresa. El estudio de la innovación de la empresa, y la revisión del proceso de internacionalización (centrándose en la situación particular de cada país en el que opera la empresa), ha permitido adquirir una visión ampliada de los procesos, estado del arte e internos, mecanismos de la empresa. También es importante destacar que, con este modelo a medida, la internacionalización de la empresa se convertirá en un mecanismo estructurado y procedimental con una estrategia clara y, lo más importante, medidas de desempeño que permitan a la dirección verificar en cada paso la viabilidad, el presupuesto y el probable éxito del proyecto. Los autores recomiendan empezar a acelerarlos e impulsar la coordinación entre departamentos con la nueva estructura organizativa de la empresa. Por ejemplo, se recomienda que los empleados tengan más poder de decisión en las tareas diarias para evitar cuellos de botella y malentendidos entre diferentes mandos intermedios. Además, todos los empleados deben poseer habilidades digitales y ser instruidos en procesos innovadores. Estas implementaciones aumentarán la efectividad de la transformación digital, entre otras, de las empresas de ciberseguridad. El principal límite de este estudio es la falta de validación empírica en el mercado. Por limitaciones de tiempo, no ha sido posible aplicar la estrategia de internacionalización derivada de este proceso de investigación. En los meses siguientes a la publicación de este documento, la empresa comenzará a considerar el modelo propuesto e implementará el mecanismo explicado durante el documento en un nuevo país. También sería interesante validar el método de internacionalización que mide el desempeño de las empresas de ciberseguridad en el mercado europeo. Esta sería una interesante línea de investigación a futuro en la que se podrían extraer resultados cuantitativos del análisis de diferentes empresas del mencionado sector.</p>	La Falta De Confianza, Falta De Referencias Y La Naturaleza Confidencial De Los Proyectos De Ciberseguridad Hacén Que La Internacionalización Sea Un Gran Desafío	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X20300330

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
25	Rapid internationalization of emerging market firms—The role of geographic diversity and added cultural distance	Rápida internacionalización de empresas de mercados emergentes : el papel de la diversidad geográfica y la distancia cultural adicional	Jain, N. K., Pangarkar, N., Yuan, L., & Kumar, V. (2019). Rapid internationalization of emerging market firms— The role of geographic diversity and added cultural distance. <i>International Business Review</i> , 28(6), 101590. doi:10.1016/j.ibusrev.2019.101590	<p>A. Objetivo de la investigación: En este estudio, los autores examinan los impulsores de la velocidad de internacionalización de las empresas multinacionales de mercados emergentes que se ha conocido por internacionalizarse rápidamente, incluso en países culturalmente distantes versus las empresas multinacionales de países desarrollados que se internacionalizan de forma más moderada. Además el papel de la diversidad geográfica y la distancia cultural añadida será un factor a analizar.</p> <p>B. Metodología Cuantitativa / Hipótesis utilizada: Los autores emplean 3 hipótesis que los conllevaran a obtener el mejor resultado en cuanto a la velocidad por la cual las empresas multinacionales deberán manejar la velocidad en la cual se internacionalicen.</p> <p>hipótesis 1.- La relación entre el alcance geográfico y la velocidad de internacionalizarse tendrá forma de U invertida para las Empresas multinacionales de mercados emergentes.</p> <p>hipótesis 2.- La relación entre la distancia cultural añadida y la velocidad de la internacionalización se invertirá en forma de U para las Empresas Multinacionales de mercados Emergentes.</p> <p>hipótesis 3.- Para las Empresas Multinacionales de mercados Emergentes la irregularidad e la adición de distancia cultural modera negativamente la relación entre la distancia cultural añadida y la velocidad de internacionalización.</p> <p>C. Muestra Realizada: El estudio recopila un conjunto de datos sobre inversiones extranjeras directas (IED) de 32 empresas más grandes de software de la India que cotizan en la bolsa (altos ingresos monetarios) entre el año 2000 al 2009. Las variables analizadas dependientes son la velocidad de internacionalización e independientes son distancia cultural añadida y ámbito geográfico, además, analizaron algunas variables de control. Han utilizado una metodología estadística adaptando un modelo de estimación de mínimos cuadrados generalizados factibles (FGLS).</p> <p>D. Resultados: El estudio muestra en la discusión de resultados sobre la internacionalización debería ir de manera gradual, a más lento es la internacionalización va a permitir que las empresas aprendan de las experiencias pasadas y utilice su aprendizaje en entradas futuras, reduciendo así la probabilidad de errores costosos y futuro fracaso. Según la perspectiva de LLL, las EMNE pueden lograr una rápida internacionalización mediante los recursos de fuentes externas (vinculo) aprovechando los recursos y capacidades.</p>	La Diversidad Geográfica Y La Distancia Cultural Factor Que Influye En La Velocidad De La Internacionalización	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969593117306480
26	The internationalization of Nigerian firms: Motivations and location patterns	La internacionalización de las empresas nigerianas: motivaciones y patrones de ubicación	Omokaro-Romanus, C., Anchor, J. R., & Konara, P. (2018). The internationalization of Nigerian firms: Motivations and location patterns. <i>Thunderbird International Business Review</i> . doi:10.1002/tie.21962	<p>A. Objetivo de la investigación: Este estudio fue diseñado con el objetivo específico de investigar la Internacionalización de la OFDI de las empresas nigerianas, en términos de motivación y patrón de ubicación, en la etapa inicial de internacionalización de las empresas.</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Hipótesis utilizada: La revisión de la literatura teórica y empírica relacionada con la motivación de internacionalización y el patrón de ubicación de las empresas nigerianas. Nigeria fue elegida como el contexto de este estudio porque es el economía más grande de África y ha experimentado una mayor internacionalización por sus firmas en los últimos años.</p> <p>Se adopta un diseño de estudio de caso cualitativo para este estudio porque permite abordar las preguntas de investigación de manera eficaz. Sin embargo, un estudio de caso facilita la investigación empírica de un fenómeno contemporáneo en profundidad dentro de un contexto, extrayendo datos de múltiples fuentes de evidencia para triangulación y convergencia.</p> <p>C. Muestra Realizada: Se aplicó un muestreo intencional en el proceso de selección de casos. Todas las muestras de casos tenían subsidiarias en al menos tres países, y los sectores comerciales de las empresas han visto crecimiento sectorial y mayor internacionalización en los últimos años. Se utilizaron LinkedIn, la base de datos de Osiris y los sitios web de las empresas. para identificar a las personas adecuadas en puestos clave dentro de la selección compañías. Las entrevistas tuvieron lugar en Londres, Inglaterra y Lagos, Nigeria, entre septiembre de 2015 y abril de 2016. Las cuatro firmas de casos elegidas se presentan como Alfa (Fabricación), Beta (Banca), Gamma (Seguros) y Delta (ICT).</p> <p>D. Resultados: Se encontró que las firmas nigerianas siguieron diferentes rutas en su viaje de internacionalización. Sin embargo, la internacionalización de las empresas nigerianas se puede explicar a través de los diferentes lentes teóricos de los modelos eclécticos institucional, RBV, Uppsala y OLI. Observamos que las motivaciones para la internacionalización y los patrones de ubicación de las empresas nigerianas están vinculados a factores del país de origen, factores específicos de la empresa y factores del mercado regional / anfitrión. Los factores institucionales y de mercado del país de origen influyeron fuertemente en el proceso de crecimiento de las empresas y su motivación para la internacionalización.</p>	Modelo Eclécticos Institucional, Rbv, Uppsala Y Oli, Modelos De Internacionalización Aplicados En Las Empresas Nigerianas	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/tie.21962

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
27	The internationalization of African firms: Opportunities, challenges, and risks	La internacionalización de las empresas africanas: oportunidades, desafíos y riesgos	Boso, N., Adeleye, I., Ibeh, K., & Chizema, A. (2018). The internationalization of African firms: Opportunities, challenges, and risks. Thunderbird International Business Review. doi:10.1002/tie.21977	<p>Objetivo de la investigación: El objetivo del estudio es en primer lugar, identificar tres cuestiones y desarrollos generales que son importantes para comprender los impulsores, los resultados y las condiciones límite de la internacionalización de las empresas africanas. Destacamos tres desafíos que las firmas internacionales actuales y potenciales necesitan abordar con seriedad: el desafío de la competitividad global; gestión limitada y capacidades interculturales; y superando la responsabilidad de la africanidad y la responsabilidad de la africanidad</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Hipótesis utilizada: La metodología cualitativa exploratoria sobre la base de 6 artículos investigados para el presente estudio, por lo cual, intenta identificar tres cuestiones y desarrollos generales que son importantes para comprender los impulsores, los resultados y las condiciones límite de la internacionalización de empresas africanas. Estos son: internacionalización oportunidades (desarrollo acelerado del sector privado y regionales integración y capacidad para superar los vacíos institucionales); desafíos de internacionalización (desafíos de competitividad global, gestión limitada y capacidades interculturales, y superación de la responsabilidad de Africanidad); y riesgos de internacionalización (pérdida de foco en los mercados nacionales y sobre la internacionalización).</p> <p>C. Muestra Realizada: Este estudio utiliza una metodología de investigación empírica sobre la internacionalización de 5 artículos de investigación de empresas africanas, una reseña de un libro y este artículo introductorio. La cobertura sectorial es amplia e incluye banca, seguros, tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), telecomunicaciones, venta minorista, elaboración de cerveza y fabricación. También hay una diversidad de métodos de investigación, con artículos que utilizan estudios de caso cualitativos, métodos cuantitativos y mixtos.</p> <p>D. Resultados: La estrategia de la internacionalización propuesta en el presente estudio, consiste en un modelo temporal de ocho pasos a través del cual una empresa de ciberseguridad podrá comprobar rápidamente su valor propuesta en nuevos países. En un período de entre seis y siete meses, la empresa podrá probar la viabilidad de ingresar a nuevos mercados determinados y realizar esfuerzos óptimos para obtener sus primeros clientes allí. Por tanto, la rentabilidad de las operaciones deberá incrementar. Desde el punto de vista empresarial, los principales beneficios y las implicaciones están en términos de beneficios de tiempo-costo para la empresa. Las menores inversiones en infraestructura y viajes de negocios, evitación del experto en ventas comisiones, desarrollo de productos iterativo con núcleo simple funcionalidades, reducción del tiempo de validación de un nuevo país y disminución generalizada de los costos de oportunidad. El estudio de la innovación de la empresa, y la revisión del proceso de internacionalización (centrándose en la situación particular de cada país en la que opera la empresa), ha permitido la adquisición de una descripción ampliada de los procesos, estado del arte e internos mecanismos de la empresa. También es importante destacar que, con este modelo, la internacionalización de la empresa se convertirá en un mecanismo estructurado y procedimental con una clara estrategia y, el elemento más importante, medidas de desempeño que permita que la gerencia verifique después de cada paso la viabilidad, el presupuesto y el éxito probable del proyecto.</p>	Aplicación De La Metodología Lean Start-Up Como Estrategia De La Internacionalización De Las Empresas Africanas	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/tie.21977
28	The World is Spiky: An Internationalization Framework for A Semi-Globalized World	El mundo es puntiagudo: un marco de internacionalización para un mundo semiglobalizado	Kim, J. U., & Aguilera, R. V. (2015). The World is Spiky: An Internationalization Framework for A Semi-Globalized World. Global Strategy Journal, 5(2), 113–132. doi:10.1002/gsj.1094	<p>A. Objetivo de la investigación: Las empresas operan en un mundo semi-globalizado en el que surgen oportunidades y limitaciones tanto a nivel nacional como regional; sin embargo, las teorías existentes sobre la internacionalización de las empresas se centran principalmente en los determinantes a nivel de país. Al integrar la literatura sobre el aprendizaje organizacional con la investigación sobre semi-globalización, argumentan que las empresas se internacionalizan a través de la interacción entre tres mecanismos: explotación intrarregional; reconfiguración intrarregional; y exploración interregional. Luego explican cómo las contingencias a nivel macro moderan estos dos tipos ideales y concluyen con implicaciones para la investigación futura.</p> <p>El objetivo del presente artículo es proponer un nuevo modelo teórico que englobe los mecanismos clave implicados en el proceso de diversificación transfronteriza en un mundo semi-globalizado. Desarrollan conceptos integrando la investigación sobre la semi-globalización con conocimientos de la literatura sobre aprendizaje organizacional para demostrar cómo se desarrolla el proceso de internacionalización en un mundo semi-globalizado a través de la interacción dinámica entre tres mecanismos.</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Hipótesis utilizada: El estudio formula la hipótesis en términos de cómo las diferencias en las estructuras competitivas de la industria moderarían las trayectorias de internacionalización en los dos tipos ideales, regionalización del hogar y multirregionalización. Después de definir los tres modos de aprendizaje organizacional, los integran para derivar dos trayectorias de internacionalización típicas ideales. Luego ilustran la utilidad de un marco propuesto aplicándolo al estudio de caso de la expansión europea de Hyundai Motors. En la penúltima sección, especifican aún más el modelo propuesto identificando las condiciones de frontera y las contingencias importantes que pueden moderar las trayectorias de internacionalización explicadas en los dos tipos ideales. Concluyen destacando sus contribuciones y evaluando las implicaciones y la posible aplicación de su marco teórico para estudios futuros.</p> <p>C. Muestra Realizada: La investigación es empírica sobre el análisis de caso, el artículo está estructurado de la siguiente manera: comenzamos resumiendo el modelo de Uppsala y destacan sus deficiencias en el contexto de la semi-globalización. Elaboran sobre la necesidad de un modelo actualizado que incorpore un conjunto más amplio de mecanismos de aprendizaje. A continuación, después de definir los tres modos de aprendizaje organizacional, los integran para derivar dos trayectorias de internacionalización típicas ideales. Luego ilustran la utilidad de nuestro marco propuesto aplicándolo al estudio de caso de la expansión europea de Hyundai Motors. En la penúltima sección, especifican el modelo propuesto identificando las condiciones de frontera y las contingencias importantes que pueden moderar las trayectorias de internacionalización explicadas en los dos tipos ideales.</p> <p>D. Resultados: Una crítica importante del modelo original de Uppsala es que la conceptualización del aprendizaje organizacional subyacente al modelo es demasiado simplista, ya que se basa en un solo modo de aprendizaje organizacional. Al integrar los avances en la literatura sobre aprendizaje organizacional más reciente con la investigación en semi-globalización, el modelo teórico que presentan aborda esta preocupación en una medida significativa. Además, creen que el modelo de internacionalización presentado por ellos, puede ser una base para avenidas fructíferas de investigación futura en diversas corrientes de investigación. La próxima aplicación potencial del modelo propuesto es a nivel de la cadena de valor global. El modelo propuesto por los investigadores, se puede aplicar para examinar cómo las diferentes partes de la cadena de valor de la empresa se expanden entre naciones y regiones a lo largo del tiempo. Otra línea de investigación futura sería aplicar su marco en el contexto de empresas multinacionales de mercados emergentes.</p>	Aprendizaje Organizacional, Explotación Intrarregional, Reconfiguración Intrarregional, Exploración Intrarregional.	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://www.researchgate.net/publication/275412329_The_World_is_Spiky_An_Internationalization_Framework_for_A_Semi-Globalized_World

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
29	Speed of the internationalization process: The role of diversity and depth in experiential learning	Velocidad del proceso de internacionalización: el papel de la diversidad y la profundidad en el aprendizaje experiencial	Casillas, José C; Moreno-Menéndez, Ana M (2014). Velocidad del proceso de internacionalización: el papel de la diversidad y la profundidad en el aprendizaje experiencial. Journal of International Business Studies, 45 (1), 85-101. doi: 10.1057/jibs.2013.29	<p>A. Objetivo de la investigación: La velocidad del proceso de internacionalización depende del tipo de aprendizaje experiencial que resulte de las decisiones implícitas en el proceso de internacionalización: elección de ubicación y modos de operación. Las empresas desarrollan dos tipos de actividades de aprendizaje con respecto a la selección de mercados externos y modos de operación: diversidad y profundidad de actividades internacionales acumuladas. La velocidad surge en esta investigación como una tercera dimensión junto con la selección del mercado y el modo de entrada / modo de operación. La velocidad post-entrada del proceso de internacionalización se conceptualiza como la relación entre el proceso de internacionalización y el tiempo. De acuerdo con esta definición, el enfoque secuencial sostiene que la internacionalización es un proceso lento y dependiente del camino, como consecuencia de estar cimentado en el aprendizaje experiencial. Hasta la fecha, pocas investigaciones han examinado los efectos del aprendizaje experiencial sobre el ritmo de expansión internacional de las empresas multinacionales tradicionales. El presente trabajo tiene como objetivo cerrar esa brecha analizando el papel del aprendizaje experiencial desde una perspectiva dinámica, en el contexto de las empresas multinacionales clásicas. Proponemos que el aprendizaje experiencial influye en el ritmo de la internacionalización de acuerdo con una visión dependiente de la trayectoria del proceso de internacionalización.</p> <p>B. Metodología Cualitativa / Cuantitativa / Hipótesis utilizada: Las propuestas de investigación se basan en una matriz de 22, en la que se combinan la profundidad / diversidad de experiencias internacionales y el mercado / modos de operación. Velocidad Las empresas que diversifican su exposición a países extranjeros o su rango de modos de operación no esperan un desempeño positivo durante los primeros años. En consecuencia, si bien las empresas, inicialmente, necesitarán más tiempo para desarrollar sus capacidades internacionales, las empresas que alcanzan algún nivel de diversidad del país anfitrión acumulan un acervo más rico de conocimientos de los diferentes mercados. Por todas estas razones, las empresas que operan en muchos países aprenden más que las empresas que operan en un pequeño número de mercados internacionales. En resumen, esperamos una relación curvilínea entre la diversidad de los mercados internacionales en los que operan las empresas y la velocidad del proceso de internacionalización. Al principio, la diversidad hace que el aprendizaje sea lento, pero, después de un tiempo, la curva de aprendizaje será mayor y la velocidad aumentará. Hipótesis 1a: Una mayor diversidad de acumulados la experiencia en los mercados internacionales tener una influencia curvilínea en la internacionalización velocidad (forma U). Algo similar bien podría aplicarse a los modos de operación internacionales. Después del lanzamiento de una empresa conjunta, comienzan nuevos desafíos relacionados con la capacidad de comprender y asimilar nuevos conocimientos y lograr el equilibrio adecuado entre la inestabilidad estructural y la inercia. En el caso de adquisiciones internacionales, surgen diferentes desafíos específicos, como la integración de recursos en la corporación multinacional y las capacidades de su negocio adquirido. Las empresas que han desarrollado previamente una empresa conjunta o una adquisición absorben conocimientos y habilidades relacionados con el proceso que son transferibles a otras operaciones internacionales similares. En consecuencia, Verbeke identifica las comunidades sociales y la lógica dominante como dos predictores del éxito de adquisiciones internacionales costosas y que requieren mucho tiempo. Hipótesis 1b: Mayor diversidad de la experiencia acumulada en modos de operación tiene una influencia curvilínea en la internacionalización velocidad (forma U). Hipótesis 2a: Una mayor profundidad de experiencia de mercado acumulada en el país anfitrión tiene un curvilíneo en la influencia en la velocidad de internacionalización (forma de U invertida). Hipótesis 2b: Una mayor profundidad de la experiencia acumulada en el modo de operación en el país anfitrión tiene un aspecto curvilíneo que influencia en la velocidad de internacionalización (forma de U invertida). Dada la naturaleza longitudinal de los datos, utilizaron el modelo de riesgos proporcionales de Cox para probar la hipótesis. Ese modelo se utiliza para medir la velocidad de una variable, ya sea el proceso de internacionalización, la velocidad de una respuesta internacional entre empresas competidoras o algún otro variable dependiente del tiempo.</p> <p>C. Muestra realizada: Utilizaron una Base de Datos Sistemática de las Operaciones Internacionales de Empresas Españolas, elaborado por el Instituto de Comercio Exterior, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España. Esta base de datos contenía un total de 8973 operaciones realizadas por 2495 empresas españolas entre 1986 y 2008. Se entiende por operación internacional cualquier tipo de establecimiento o presencia en un país extranjero que implique una presencia exterior estable, y excluye las meras operaciones financieras. La base de datos se creó a partir de cuatro fuentes de información (Guillén, 2009): (1) artículos y recortes tomado de revistas económicas y la corriente principal prensa en España; (2) perfiles firmes incluidos en la revista El Exportador del ICEX; (3) los registros de hechos relevantes de la Bolsa Nacional de Valores Comisión [Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)], para las empresas que cotizan en la bolsa; y (4) las páginas web de las firmas ellos mismos, que se utilizaron para triangular y corroborar los datos.</p> <p>D. Resultados: Los autores proponen que: (1) la diversidad nuevos mercados y nuevos modos de funcionamiento tienden a reducir la velocidad de las operaciones internacionales a corto plazo, mientras que se acelerará a largo plazo; y que (2) profundidad de internacional Las actividades acelerarán la velocidad de las operaciones en el corto plazo, aunque tienden a ralentizarlo a largo plazo. Los resultados apoyan las cuatro hipótesis propuestas (relación en forma de U entre la diversidad de países y modos de funcionamiento sobre la velocidad de la internacionalización y entre la experiencia acumulada en el país de acogida y la velocidad de internacionalización). En resumen, la investigación deja claro que la velocidad del proceso de internacionalización depende del tipo de aprendizaje acumulado a través de las experiencias internacionales adquiridas por la firma a lo largo de su trayectoria. Así, las empresas combinan actividades de diversificación en la búsqueda de destinos y nuevos modos de operación en los mercados internacionales con miras a mantener e incrementar su ventaja competitiva en el largo plazo. Sin embargo, estas actividades requieren tiempo para que la empresa las asimile en forma de nuevos conocimientos. Así, las empresas suelen realizar actividades diversas y profundas simultáneamente en los</p>	Experiencia y diversidad de empresa Post ingresos y diversificación geográfica comportamiento internacional (impacto)	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://www.researchgate.net/publication/260931221_Speed_of_the_internationalization_process_The_role_of_diversity_and_depth_in_experiential_learning

#	TÍTULO	TITULO EN ESPAÑOL	REFERENCIA	RESUMEN 1	IDEAS PRINCIPALES	SUBTEMAS	RELEVANCIA	LINK
32	Here We Go Again: A Case Study on Re-entering a Foreign Market	Aquí vamos de nuevo: un estudio de caso sobre Reingreso a un mercado extranjero	Aguzzoli, R., Lengler, J., Sousa, C.M.P. and Benito, G.R.G. (2021), Here We Go Again: A Case Study on Re-entering a Foreign Market. Brit J Manage. https://doi.org/10.1111/1467-8551.12407	<p>Objetivo de la investigación: La globalización ha motivado a las empresas a expandirse a mercados extranjeros, pero la internacionalización es intrínsecamente dinámica. Muchas empresas han salido de los mercados extranjeros por diversas razones, pero algunas más tarde deciden volver a entrar en esos mismos mercados.</p> <p>B. Metodología de estudio / Hipótesis utilizada: Se realizó metodología cualitativa en entrevistas en profundidad, semiestructuradas, fuentes documentales y observación directa.</p> <p>C. Muestra Realizada: fue a 17 empresas de Brasil</p> <p>D. Resultados: Este estudio examina el fenómeno poco explorado del reingreso a los mercados extranjeros. Utiliza un estudio de caso en profundidad para describir y analizar el proceso de reingreso y, por lo tanto, crea una mejor comprensión del fenómeno y proporciona una plataforma para una mejor conceptualización de los determinantes y procesos. Sugieren que la investigación futura debería evaluar los procesos de reingreso en otros países y regiones, preferiblemente utilizando estudios de casos para explorar más a fondo la dinámica de la decisión de reingreso. Aunque longitudinal, nuestro estudio es retrospectivo. Idealmente, el trabajo futuro también debería intentar cubrir toda la duración de los procesos de reingreso, examinándolos a medida que se desarrollan.</p>	Reingreso internacional / Mercado extranjero	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1467-8551.12407
33	Taking services to foreign markets: A taxonomy of Brazilian service firms	Llevando los servicios a los mercados extranjeros: una taxonomía de las empresas de servicios brasileñas	Figueira da Silva, Gilberto; Rocha, Angela; Ferreira da Silva, Jorge (2019). Llevando los servicios a los mercados extranjeros: una taxonomía de las empresas brasileñas de servicios. Thunderbird International Business Review, (1), tie.22104-. doi: 10.1002 / tie.22104	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo principal de este estudio fue desarrollar una taxonomía de empresas de servicios internacionales de un mercado emergente, Brasil, y determinar si existen o no diferencias significativas en el desempeño entre diferentes grupos de empresas de servicios. Fue posible identificar cuatro grupos que cumplan con tres requisitos deseables en una taxonomía: eran mutuamente excluyentes, internamente consistentes y exhaustivos. La taxonomía desarrollada en este estudio ofrece una nueva perspectiva para comprender las diferencias entre las empresas de servicios</p> <p>B. Metodología de estudio / Hipótesis utilizada: Es una metodología cualitativa consistió en un total de 91 cuestionarios.</p> <p>C. Muestra Realizada: la lista fue de 1721 empresas brasileñas.</p> <p>D. Resultados: El estudio desarrolla una taxonomía de empresas de servicios internacionales de un mercado emergente, Brasil, y evalúa si existen diferencias significativas en el desempeño internacional entre los grupos. Luego de una extensa revisión de la literatura, se llevó a cabo una encuesta con una muestra de empresas de servicios internacionales ubicadas en una economía emergente, Brasil. Utilizando como punto de partida dos perspectivas teóricas, la teoría del proceso de internacionalización y la teoría de la organización industrial, además de las dimensiones de servicio extraídas de la literatura empírica de gestión de servicios, el estudio identifica cuatro grupos - Grandes tradicionales, neófitos generalistas, tradicionales solitarios y diferenciadores atrevidos. - con base en las características de la empresa, los servicios internacionales prestados, las características del proceso de internacionalización y las estrategias internacionales adoptadas. Los hallazgos sugieren que existen diferencias significativas en el desempeño entre los grupos.</p>	Internacionalización de empresas de servicios	Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	Q1	https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/tie.22104
34	The Internationalization Process of the Firm, a Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments	El proceso de internacionalización de la empresa: modelo de desarrollo del conocimiento y compromiso o creciente del mercado exterior	Johanson, J., Vahlne, JE. The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. J Int Bus Stud 8, 23–32 (1977). https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490676	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo de la investigación es identificar elementos compartidos por las sucesivas situaciones de decisión y desarrollar un modelo del proceso de internacionalización para las empresas que tengan valor explicativo.</p> <p>B. Metodología de estudio / Hipótesis utilizada/muestra: Los autores se centran en una investigación empírica de estudios anteriores sobre negocios internacionales en la Universidad de Uppsala, los cuales muestran que las empresas suecas a menudo desarrollan sus operaciones internacionales en pequeños pasos, en lugar de realizar grandes inversiones en producción extranjera en momentos únicos.</p> <p>D. Resultados: El modelo se enfoca en contribuir a la conceptualización en el campo de la internacionalización de las empresas y generar un aumento en la comprensión del desarrollo de las operaciones internacionales. Esperando que la investigación pueda servir como marco de referencia para estudios futuros y una herramienta en el análisis de los efectos de varios factores en el patrón y el ritmo de la internacionalización de las empresas.</p>	Adquisición gradual, integración y uso del conocimiento sobre mercados y operaciones exteriores.	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.jibs.8490676#citeas
35	Toward a Theory of International New ventures	Hacia una teoría de las nuevas empresas internacionales	Oviatt, B., McDougall, P. Toward a Theory of International New ventures. J Int Bus Stud 25, 45–64 (1994). https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490193	<p>A. Objetivo de la investigación: El objetivo de la investigación surge del interés por estudiar las empresas de acelerada internacionalización por varios motivos; el primero de ellos es que durante mucho tiempo se pensó que las empresas se internacionalizaban siguiendo el modelo tradicional conocido como "Modelo de Uppsala", definen a la nueva empresa internacional (INV) como "una organización de negocios que, desde su inserción, busca obtener una significativa ventaja competitiva en el uso de sus recursos y la venta de sus productos en múltiples países"</p> <p>B. Metodología de estudio / Hipótesis utilizada/muestra: investigación bibliográfica sistemática.</p> <p>D. Resultados: Este artículo ha identificado, definido y descrito el fenómeno emergente de nuevas empresas internacionales, y ha demostrado que algunas teorías actuales de las empresas multinacionales emergentes no lo explican bien. Lo más importante es que ha integrado conceptos tradicionales de las empresas multinacionales emergentes de internacionalización y ventaja de ubicación con investigación reciente sobre el espíritu empresarial sobre estructuras de gobernanza alternativas y con desarrollos en la gestión estratégica sobre los requisitos para el sostenimiento ventaja competitiva capaz.</p>	acelerada expansión internacional	Teoría Y Modelos Del Proceso De Internacionalización - Perspectiva Sobre La Internacionalización	Q1	https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.jibs.8490193#citeas

Anexo 2 – Matriz 2

ENTREGABLE 2 – M2		
Subtemas – Justificación – Objetivos específicos		
SUBTEMAS	Definición / Justificación del subtema/ delimitación temporal (si aplica)	Objetivo
Teorías sobre el proceso de internacionalización	Las investigaciones en un inicio se basaron en la teoría de los costos de transacción, en la cual, la internacionalización tenía razón de ser si los beneficios derivados de abrir nuevos mercados eran superiores a los costos de aprendizaje y establecimiento que conllevaban la expansión al exterior. Posterior a ello, otros especialistas aportaron nuevas teorías y modelos con mayor reconocimiento y aplicación en las empresas. En síntesis, en la actualidad contamos con modelos tradicionales, modelo de internacionalización dinámicos o por etapas y teorías contemporáneas.	Analizar las diferentes teorías y modelos en el proceso de la internacionalización para que las empresas aumenten su competitividad y posibilidades de éxito en mercados foráneos
	Esta sección del trabajo tiene como objetivo analizar las teorías sobre el proceso de internacionalización de las empresas y los enfoques utilizados a lo largo de las últimas décadas. Además, permite evidenciar las estrategias que han facilitado que las empresas incursionen en nuevos mercados con mayor seguridad utilizando de manera más eficiente los recursos financieros asignados logrando que la internacionalización alcance el éxito, ya sea de manera gradual o de forma acelerada. 2.) Debido a la gran competencia que existe hoy en el mundo globalizado, muchas empresas se han visto forzadas a reinventarse, tomando mejores decisiones a fin de expandirse a nuevos mercados internacionales, mitigando los riesgos que puedan presentarse, aplicando las teorías y modelos estratégicos sobre la internacionalización que plantean las diferentes literaturas estudiadas. Asimismo, la investigación muestra evidencia sobre la utilización de distintos enfoques propuestos por los autores con el fin de generar alternativas viables en las diferentes etapas de la internacionalización, de tal manera que se logre el crecimiento esperado de la organización.	
	Para el análisis se ha estudiado 16 artículos basados en las teorías y procesos de la internacionalización que datan desde el año 2013 hasta el 2020, sin embargo, las fuentes utilizadas por los autores revelan investigaciones desde 1937.	
Perspectivas sobre el proceso de internacionalización	El análisis del proceso de internacionalización se centrará en las diferentes perspectivas sobre las ventajas y desventajas de expandirse de manera gradual o de hacerlo de forma acelerada, lo cual conforma la controversia de la presente investigación. Se explica el comportamiento de las empresas con la aplicación de las teorías, modelos, enfoques y estrategias que les permiten desarrollarse en los mercados externos de manera acelerada o cautelosa.	Analizar diferentes perspectivas sobre el proceso de internacionalización, en cuanto a las ventajas y desventajas de los enfoques graduales y acelerados.
	La literatura revela distintas perspectivas sobre la velocidad en el proceso de internacionalización. Desde una primera orilla, un grupo de investigadores determina que para internacionalizarse la empresa debe operar a un ritmo cauteloso, de manera gradual, a fin de minimizar los riesgos. Desde otro punto de vista, otro grupo de autores explica que el proceso debe darse de manera acelerada, por lo cual, utilizan tecnologías de la información y redes sociales, buscando romper el paradigma de los enfoques tradicionales. De otro lado, sobre los enfoques dinámicos y contemporáneos, se ha evidenciado que las empresas han empleado una combinación de estrategias para penetrar en el mercado exterior, lo cual ha llevado a redefinir las estrategias propuestas por los investigadores. Por ello, desde la necesidad de los emprendedores y empresarios de las industrias multinacionales, multifamiliares y MYPES, se determina que al utilizar enfoques agresivos o moderados no se ha obtenido los resultados esperados. Sin embargo, al utilizar una mezcla de ambos, obtuvieron un equilibrio en sus operaciones generando beneficios de crecimiento económico y profesional. Adicionalmente, señalamos algunos factores encontrados que podrían influir en la velocidad del proceso de la internacionalización: -El escepticismo de los empresarios.- Temor de ingresar a mercados desconocidos. -Políticas y barreras gubernamentales de cada región.- Poco ayuda del estado y frágil nivel de servicio al empresario. -Tecnología de información y comunicación - Avances tecnológicos para desarrollar y explotar la empresa. -Nivel educativo y capacitación.- Orientación y visión sobre el negocio y el crecimiento de la empresa entre otros.	
	En la investigación sobre la velocidad de la internacionalización se ha revisado 15 artículos que datan desde el año 2016 hasta el 2020, donde la mayor cantidad de estudios se obtuvieron del año 2019.	

Anexo 3 – Matriz 3

	#	SUBTEMAS	
REFERENCIA		Modelos Del Proceso De Internacionalización	Perspectivas Sobre el proceso De La Internacionalización
Kim, H., Wu, J., Schuler, D. A. & Hoskisson, R. E. (2019). Chinese multinationals' fast internationalization: Financial performance advantage in one region, disadvantage in another. <i>Journal of International Business Studies</i> , 50(9), 1-31. https://doi.org/10.1057/s41267-019-00279-9	1	Los análisis de la internacionalización intrarregional muestran que por la ecuación costo beneficio las regiones son más fáciles para expandirse y la estrategia más utilizada es el modelo racional por ser sin duda alguna el de menor inversión financiera.	La investigación de esta literatura revela el impacto sobre la velocidad a la que las empresas multinacionales chinas se expanden hacia los países anfitriones intra e interregionales en el desempeño financiero. La expansión de las empresas multinacionales de china aumenta la eficiencia financiera cuando se ejerce la internacionalización intrarregional a mayor velocidad, por el contrario, cuando la internacionalización es interregional la eficiencia financiera a mayor velocidad es negativa.
Chetty, S., Johanson, M., & Martín, O. M. (2014). Speed of internationalization: Conceptualization, measurement and validation. <i>Journal of World Business</i> , 49(4), 633-650. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2013.12.014	2	El estudio de la literatura promueve la utilización de modelos de medición y valoración como UPPSALA, para hacer el diagnóstico sobre la velocidad de la internacionalización y el tiempo de la internacionalización. También, indica que los gerentes que asignen los recursos necesarios para aprovechar las oportunidades internacionales esperarán una internacionalización más rápida y sostenible.	La velocidad de compromiso internacional se relaciona con el compromiso internacional y el tiempo, por lo que se refiere, por ejemplo, a la cantidad de capacidades humanas que la empresa invierte en actividades internacionales durante un período específico de tiempo. Así, se espera que una empresa que se internacionaliza a alta velocidad dedique más empleados con competencia para realizar operaciones internacionales durante un período de tiempo específico que las empresas que se internacionalizan a baja velocidad. / Cuatro reglas para obtener velocidad, primero que la velocidad se genera por aprendizaje y por compromiso, segundo que las dimensiones de modelos sean intercambiables no afectara el desempeño sino el tiempo, tercero el tiempo de internacionalizar puede coadunar sin perder velocidad de aprendizaje o compromiso y cuarto la red nomológica que muestra los diferentes comportamientos de la velocidad y el tiempo de internacionalización otorgando una ventaja competitiva.
Meschi, P. X., Ricard, A., & Moore, E. T. (2017). Fast and furious or slow and cautious? The joint impact of age at internationalization, speed, and risk diversity on the survival of exporting firms. <i>Journal of International Management</i> , 23(3), 279-291. https://doi.org/10.1016/j.intman.2017.01.001	3	La investigación nos muestra que el ritmo de la internacionalización de las MYPE ha puesto en cuestionamiento las estrategias de expansión lentas y cautelosas jugando el tiempo un rol bastante importante en la penetración de nuevos mercados, en ese sentido el ingreso de una MYPE requiere tiempo para recolectar suficientes recursos tangibles, intangibles y explotables. Sin embargo, la tasa de fracaso de las pymes que adoptan una internacionalización tardía, lenta y cautelosa es menor que la de las pymes que adoptan otras vías de internacionalización.	Expansión lenta del mercado amplía los efectos positivos de supervivencia de la internacionalización tardía. Al tomarse su tiempo con cada entrada internacional, la PYME refuerza su preparación para la internacionalización, lo que ayuda a aumentar la probabilidad de que sus futuras entradas internacionales tengan éxito. Diversidad de bajo riesgo (es decir, expansión a países con beneficios similares de bajo riesgo). también son los efectos positivos de supervivencia de la internacionalización tardía. Según el enfoque SE, internacionalizar las empresa necesita tiempo para recolectar suficiente información sobre el país anfitrión para reducir la incertidumbre.
Hilmersson, M., & Johanson, M. (2015). Speed of SME internationalization and performance. <i>Management International Review</i> , 56(1), 67-94. https://doi.org/10.1007/s11575-015-0257-4	4	La investigación analiza las consecuencias en el rendimiento de la velocidad teniendo como factor clave 3 variables determinantes ,las PYMES al ser más veloces al aperturar mercados tienen un efecto curvilíneo en su desempeño y aumenta el compromiso de los recursos extranjeros produciendo un efecto negativo económico, sin embargo la multidimensionalidad es un actor muy importante que logra profundizar la velocidad de amplitud internacional ,el aumento de la intensidad exportadora y la utilización de recursos extranjeros todo en conjunto logra crear estrategias heterogéneas que permite fusionar la literatura con la parte empírica.	Las empresas que comienzan a internacionalizarse tardíamente, primero desarrollan una estructura y rutinas que se ajustan a las operaciones del mercado interno, lo que significa que estas pymes deben realizar cambios más importantes cuando comienzan a internacionalizarse, asimismo, Una empresa que aumenta constante y rápidamente su amplitud de mercados internacionales nutre sus capacidades internacionales. En cambio, una empresa que aumenta lentamente su amplitud de mercados internacionales se enfrenta a desafíos de rigidez y no está igualmente equipada para reconfigurar sus recursos y capacidades a fin de aprovechar las oportunidades internacionales.

<p>Li, L., Qian, G. y Qian, Z. (2015). Velocidad de internacionalización: efectos mutuos de antecedentes a nivel individual y empresarial. <i>Global Strategy Journal</i>, 5 (4), 303–320. doi: 10.1002 / gsj.1103</p>	5	<p>Este estudio realiza importantes aportes teóricos. Los hallazgos de este estudio tienen importantes implicaciones para la literatura sobre estrategia global. Una parte importante de la estrategia global y la gestión internacional se ocupa de la velocidad de internacionalización. Estos modelos utilizan principalmente los entornos y el conocimiento o las capacidades de las empresas para explicar la velocidad, nuestros hallazgos tienen una serie de implicaciones gerenciales.</p> <p>Primero, para lograr una internacionalización rápida, los emprendedores necesitan cualidades psicológicas de proactividad y asunción de riesgos, y necesitan desarrollar capacidades organizacionales para recopilar e integrar información de diferentes fuentes para lograr consenso interno y hacer que sus empresas respondan. Una EMN no puede expandirse rápidamente a los mercados extranjeros si falta uno o más de estos antecedentes.</p>	
<p>Alessandri, TM, Cerrato, D. y Eddleston, KA (2018). La apuesta mixta de la internacionalización en empresas familiares y no familiares: el papel moderador de la holgura organizacional. <i>Global Strategy Journal</i>, 8 (1), 46–72. doi: 10.1002 / gsj.1201</p>	6	<p>En el presente artículo las empresas de mercados emergentes se han enfrentado a reformas favorables a lo largo de los últimos años las cuales han generado impactos de ajustes temporales del proceso de internacionalización motivando a que las empresas ajusten su planes estratégicos temporales y su arraigo con el ciclo de reformas en el desempeño financiero. Utilizando la teoría de la ventaja del primer jugador, formulamos la hipótesis y encontramos sustentos en los argumentos de que solo para las empresas emergentes tienen ventaja en las nuevas reformas del mercado y que tienen un efecto positivo con mayor nivel de internacionalización.</p>	
<p>McCormick, M. and Somaya, D. (2019). Globals born from emerging economies: reconciling early export with internationalization theories. <i>Global Strategy Magazine</i>. doi: 10.1002 / gsj.1368</p>	7		<p>Las exportaciones de empresas jóvenes de economías emergentes aumentan cuando aprovechan los impulsores de la globalización moderna y superan a los países de origen con limitaciones institucionales: las cuales tienen mayores impactos en las exportaciones de las empresas jóvenes establecidas. Comprender estos impulsores únicos de las empresas nacidas de economías emergentes para acceder a los mercados internacionales. También encontramos que las empresas jóvenes superan las deficiencias institucionales y de infraestructura del país de origen en las economías emergentes, específicamente, al recibir servicios gubernamentales eficientes y ubicarse estratégicamente en centros con recursos suficientes, como las ciudades capitales, lo que les ayuda más a exportar en comparación con las empresas establecidas.</p>
<p>Paul, J., & Sánchez-Morcillo, R. (2018). Toward A New Model For Firm Internationalization: Conservative, Predictable, and Pacemaker Companies and Markets. <i>Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences of administration</i>. doi: 10.1002 / cjas.1512</p>	8	<p>En el presente estudio los investigadores han planteado un nuevo modelo de internacionalización denominado modelo Conservador, Predecible y Marcapasos (CPP). La necesidad de este nuevo modelo surge principalmente porque los modelos existentes no toman en cuenta el fenómeno de la internacionalización en mercados predecibles o mercados regionales llevando un patrón lógico y con una metodología de ingreso, las empresas conservadoras, no tienen visión para impulsar el negocio a mercados extranjeros y cuando lo realizan se internacionalizan muy lentamente por motivo que se preocupan de la distancia cultural, administrativa y económica entre los países, por ello se mantienen en un límite de país/ región llamado ámbito subnacional en el cual generan más del 50% de los ingresos de la empresa.</p> <p>En la misma línea las empresas previsibles son las aquellas que se apoyan en las integraciones regionales de países y los acuerdos buscando beneficios monetarios a razón de los gobiernos y las</p>	

		<p>uniones bilaterales tales como bloques comerciales regionales, uniones aduaneras, mercados comunes o mercados con acuerdos bilaterales y territorios o mercados con acuerdos legales para negocios internacionales sin barreras arancelarias o no arancelarias.</p> <p>Por otro lado, las empresas marcapasos son aquellas que operan en los mercados globales que tienen un comportamiento por similar a las Empresa global desde el inicio, sin embargo, su característica más representativa es que emulan la orientación global por alianzas logrando innovaciones únicas generando ventajas competitivas y su clave del éxito.</p> <p>Los investigadores pueden aplicar el modelo CPP para clasificar el patrón, el ritmo y los problemas de las empresas multinacionales en los mercados predecibles y de marcapasos, lo que les ayudará a obtener información generalizada para la toma de decisiones.</p>	
<p>Kumar, V., Singh, D., Purkayastha, A., Popli, M., & Gaur, A. (2019). Springboard internationalization by emerging market firms: Speed of first cross-border acquisition. <i>Journal of International Business Studies</i>. doi:10.1057/s41267-019-00266-0</p>	9	<p>Dentro del presente análisis los académicos dejan claro que las teorías tradicionales tales como uppsala y OLI han quedado desactualizadas ante el enorme crecimiento de nuevas tecnologías y comportamientos del consumidor de bienes o servicios y que en la actualidad ya no es suficiente con seguir un único modelo de internacionalización. En esta nueva etapa de la globalización la reinención de estrategias juega un rol bastante importante para mantenerse competitivo y generar ingresos reutilizables para las empresas.</p>	<p>El presente estudio sobre la perspectiva de la velocidad identifica rasgos y antecedentes de rapidez en la internacionalización, como la diversidad en los mercados emergentes y las operaciones de acogida, contando con el efecto de experiencia y de aprendizaje internacional previo. A pesar de los obstáculos las organizaciones de los mercados emergentes se han internacionalizado de manera veloz utilizando como foco colectivo convenios nacionales y globales los cuales han mejorado su competitividad dejando de lado las diferentes teorías tradicionales que en su tiempo surtían un efecto positivo, sin embargo en la actualidad no pueden ser previsible ante una internacionalización incremental del siglo 21. En esta era de nuevas tecnologías y apertura de mercados las multinacionales se centran de forma sistemática en mercados desarrollados teniendo como premisa clave el tiempo especialmente en las fases iniciales de penetración de regiones y países buscando facilitar la adquisición y absorción de conocimientos superiores del territorio a conquistar, por el contrario las nuevas empresas de los mercados emergentes han dilatado su llegada al escenario global y con una experiencia limitada, teniendo como consecuencia que las grandes empresas que lideran los mercados locales creen reformas en los mercados emergentes aumentando las presiones competitivas en los mercados internos, tanto de las empresas multinacionales extranjeras como de las empresas nacionales, por lo que es imperativo que las empresas cambien y mejoren sus capacidades rápidamente. Las empresas más jóvenes, con su mayor flexibilidad, pueden realizar su CBA inicial más rápidamente que otras EMNE, pero las empresas más viejas están menos motivadas y enfrentan mayores desafíos cuando intentan perseguir una internacionalización agresiva.</p>
<p>Glodowska et al. (2019). Estrategia internacional como facilitador de la velocidad, el alcance y la escala de la internacionalización de las empresas, <i>Journal of Management and Business Administration</i>. Europa Central, 27 (3), 55-84. doi: https://doi.org/10.7206/cemj.2658-0845.3</p>	10		<p>Los estudios previos realizados por los académicos evidencian que desde los inicios de las teorías se han estudiado de forma separada la velocidad, la escala y el alcance de la internacionalización, sin embargo nunca se ha abordado el tema de manera conjunta como un todo. Los investigadores muestran cinco estrategias que engloban estos 3 pasos y que permiten que las empresas tengan una internacionalización temprana y rápida eficaz con un alto espectro en el mercado y con excelentes resultados: red personal extensa, asociaciones con grandes firmas extranjeras, seguimiento de clientes, uso de tecnología avanzada y múltiples modos de entrada. Su implementación permite a una empresa adquirir experiencia mediante la posibilidad de permanecer en el mercado extranjero después de finalizar la cooperación y se evidencia un aumento en el alcance de las actividades en los mercados exteriores que permite la deslocalización de los costos generales, pero también de los relacionados con la investigación y el desarrollo.</p>
<p>Hsieh, L., Child, J., Narocz, R., Elbanna, S., Karmowska, J., Marinova, S., ... Zhang, Y. (2018). A multidimensional perspective of SME internationalization speed: The influence of entrepreneurial characteristics.</p>	11		<p>Al respecto se puede apreciar que los académicos examinan la influencia de las características empresariales de cara a la perspectiva de la internacionalización de las empresas, el cual se evidencia mediante la velocidad de profundización y la velocidad de la diversificación geográfica pueden verse como tres alternativas estratégicas diferentes y que cada dimensión está predicha por un conjunto diferente de antecedentes empresariales, sin embargo en los últimos años se ha identificado</p>

International Business Review. doi:10.1016/j.ibusrev.2018.09.004			mejoras en las Pyme en el tema de exportación a razón de sus diferentes innovaciones que genero una relación positiva como factor diferenciador confiando en su experiencia previa.
Mohr, A., & Batsakis, G. (2018). The Contingent Effect of TMT International Experience on Firms' Internationalization Speed. <i>British Journal of Management</i> . doi:10.1111/1467-8551.12293	12		Basándonos en los autores se observa una gran cantidad de PYMES que cuentan con un equipo de alta dirección y desempeño que ha permitido que las empresas tengan una aceleración en sus operaciones para llegar a nuevos mercados mitigando los efectos negativos en las facetas de la internacionalización. La presión competitiva, la diversificación de productos y el alcance geográfico aumentarán así las demandas laborales de este grupo de personas, así como la cohesión de los equipos por tener mayor demanda laboral y el objetivo de reducir los costos cada año.
Nuruzzaman, N., Singh, D., & Gaur, A. S. (2019). Institutional Support and Hazards, and Internationalization of Emerging Market Firms. <i>Global Strategy Journal</i> . doi:10.1002/gsj.1365	13		En esta investigación se pretende fomentar la interacción con las autoridades del gobierno y las entidades públicas buscando el apoyo institucional apoya fomentando leyes, acuerdos y tratados que permitan impulsar la exportación de las PYME para internacionalizarse o puedan obtener una expansión interna aprovechando el entorno local categorizándolo en 2 unidades: La intervención directa corresponde a la participación explícita del estado para ayudar a las empresas a desarrollar capacidades para tener éxito en los mercados internacionales las cuales incluyen financiamiento barato, cabildear con otros gobiernos y aplicar políticas de competencia doméstica como el dumping en Perú, por otro lado la intervención indirecta del estado corresponde a las políticas que fortalecen los mecanismos de mercado y tienen un impacto más amplio en todas las empresas teniendo como marco las políticas comerciales y no comerciales para facilitar la exportación e importación de bienes. Como consecuencia a medida que las economías emergentes se transforman gradualmente, el gobierno continúa desempeñando un papel fundamental, que podría minimizar o compensar el mecanismo de mercado subdesarrollado. Como resultado, es probable que el apoyo institucional desempeñe un papel más importante que los peligros institucionales.
Lahiri, S., Mukherjee, D., & Peng, M. W. (2020). Behind the internationalization of family SMEs: A strategy tripod synthesis. <i>Global Strategy Journal</i> . doi:10.1002/gsj.1376	14		Las pymes familiares deben ser conscientes de varios factores que pueden afectar potencialmente su planificación y éxito de internacionalización, dentro de los principales podemos apreciar la propiedad y el control familiar, así vez los recursos económicos para salir fuera del mercado local son limitados y su estilo conservador. Los investigadores desean dar a conocer cuáles son los diferentes factores que no permite que las empresas pequeñas logren una internacionalización acelerada teniendo como foco los diferentes escenarios de conflicto de intereses y de control en los pequeños PYMES. Según la literatura las pymes familiares se diferencian porque poseen atributos como empresas familiares (propiedad y control familiar) así como los de las pymes (tamaño reducido, flexibilidad y limitaciones de recursos), en base a ello, la gestión de los atributos podría resultar difícil cuando se trata de ejecutar estrategias para la internacionalización. También han identificado posibles estructuras institucionales y basadas en la industria a nivel del país de origen y del país anfitrión. - contingencias culturales que pueden interactuar con factores basados en recursos de las PYME familiares para acentuar o impedir su internacionalización. Además, destacan las diferentes orientaciones conductuales como eslabones perdidos cruciales que caracterizan la beca de internacionalización de PYMES familiares. La estrategia desarrollada por los autores puede proporcionar una orientación a los gerentes al considerar cómo los factores basados en recursos, en instituciones y en la industria impulsan la internacionalización de las PYMES familiares.

<p>Popli, M., Akbar, M., Kumar, V., & Gaur, A. (2017). Performance Impact of Temporal Strategic Fit: Entrainment of Internationalization with Pro-Market Reforms. <i>Global Strategy Journal</i>, 7(4), 354–374. doi:10.1002/gsj.1160</p>	15	<p>Para el primer subgrupo, argumentan teóricamente de la ventaja de ser el primero en actuar con los motivos de internacionalización de las empresas de mercados emergentes y sugerimos que las empresas que se mueven temprano en sus actividades de internacionalización experimentan un desempeño superior a medida que se fortalece la economía de mercado.</p> <p>Para el segundo subgrupo, las empresas sincronizadas con el ritmo, la tasa de aumento de la internacionalización iguala o supera la tasa de aumento de las reformas pro mercado, debido a que estas empresas se derivan de un subgrupo de empresas que están sincronizadas en fases, se refieren a ellas como empresas totalmente sincronizadas. Estas empresas no solo se han internacionalizado temprano, sino que también están sincronizadas. Quiere decir, que han mantenido su ritmo de cambio en la internacionalización para adaptarse a los cambios en el entorno externo.</p>	<p>La literatura sugiere que los gerentes deben enmarcar sus respuestas estratégicas considerando no solo el papel de "qué" y "cómo", sino también el impacto de "cuándo" y "a qué ritmo". Las empresas que dan forma a su respuesta en sincronía con los cambios en el entorno externo están en la mejor posición para mitigar la erosión de su rentabilidad.</p> <p>Este estudio se centra en el impacto del ajuste temporal de las actividades de internacionalización con las reformas favorables al mercado de las empresas de mercados emergentes y tiene implicaciones para los administradores de economías en transición. mercados emergentes (ME) han buscado agresivamente reformas favorables al mercado, lo que ha llevado a cambios institucionales a gran escala. Identifican dos subgrupos de empresas en diferentes niveles de arrastre con el entorno externo. El primer subgrupo está formado por empresas agresivas que son las primeras en responder a los shocks regulatorios en el entorno externo. Se ajustan a sincronización de fase o arrastre de fase y rinde mejor que otros. El segundo subgrupo se deriva del primer subgrupo y está formado por empresas que se internacionalizan a un ritmo congruente con el ritmo de las reformas institucionales de amplio alcance. Se ajustan a sincronización de ritmo o arrastre de ritmo y es probable que tengan un desempeño superior al de otras empresas, incluidas las que están sincronizadas en fases.</p>
<p>Burton, N., Nyuur, R., Amankwah-Amoah, J., Sarpong, D., & O'Regan, N. (2020). Product architecture and product market internationalization: A conceptualization and extension. <i>Strategic Change</i>, 29(1), 47–55. doi:10.1002/jsc.2309</p>	16		<p>La arquitectura de la industria se refiere a las reglas y mecanismos que determinan cómo se divide el trabajo y el excedente entre las empresas dentro de una cadena de valor . En consecuencia, las capacidades y el entorno competitivo de las empresas están determinados por la arquitectura de la industria. - que pueden ser similares o diferentes a los de otros países</p> <p>La separabilidad y similitud de las arquitecturas de la industria entre países son predictores sólidos e importantes del éxito en la expansión internacional. ". Específicamente, encontraron que el "ajuste" entre las arquitecturas industriales de los países de origen y de acogida en términos de similitud y comparabilidad, así como la separabilidad institucional facilita la internacionalización exitosa.</p>
<p>Inouye, T. M., Joshi, A. M., Hemmatian, I., & Robinson, J. A. (2019). Counteracting globalization's skeptics: How diasporas influence the internationalization preferences of minority entrepreneurs' firms. <i>Global Strategy Journal</i>. doi:10.1002/gsj.1359</p>	17		<p>La literatura encuentra evidencia de que las diásporas influyen positivamente en las percepciones de riesgo y las actitudes de los empresarios minoritarios hacia la globalización, lo que lleva a sus empresas a preferir internacionalizarse más rápido, comprometerse antes y dirigirse a mercados más fragmentados que otras empresas. Las diásporas contrarrestan el escepticismo sobre la globalización. Asimismo, encuentran evidencia de que las empresas de empresarios minoritarios prefieren saltar a los mercados, mitigar los riesgos a través de compromisos contractuales y acotados, y apuntar a países que están más fraccionados étnica y lingüísticamente.</p> <p>Sostienen que "en la mayoría de los casos, el riesgo no se puede reducir a cero. - si no se toman decisiones, se pueden perder oportunidades, "la gestión de riesgos es la consideración estratégica más importante para las empresas en proceso de internacionalización (Vahlne & Johanson, 2017: 1091)</p> <p>En sociedades multiétnicas como Estados Unidos, donde hay una reacción antilnmigraante, el paradigma de la sospecha aisla a los empresarios minoritarios como forasteros, lo que limita sus oportunidades comerciales nacionales.</p> <p>En respuesta, estos empresarios aprovechan sus identidades étnicas compartidas como miembros de las redes de la diáspora para buscar oportunidades de expansión internacional centradas en sus países o regiones de origen. Por lo tanto, en contra de los objetivos de los oponentes de la globalización, la reacción antilnmigraante puede en realidad alentar, en lugar de desanimar, a los empresarios minoritarios a afirmar sus identidades étnicas, activar sus redes de diásporas y, por lo tanto, acelerar sus empresas.</p> <p>Las diásporas pueden imprimir las percepciones de riesgo y las actitudes de los fundadores hacia la globalización (Mathias, Williams y Smith, 2015). tener vínculos culturales y lingüísticos facilita la comprensión del entorno empresarial y la aceptación</p>

		<p>de los clientes; también facilita la recopilación de información de mercado, "(Freeman, 2015: 23). La perspectiva de Guacaneme destaca cómo las diásporas pueden ayudar a las empresas de empresarios minoritarios a abordar las decisiones de internacionalización con menos escepticismo sobre la globalización. Sin embargo, las diásporas solo pueden ayudar a los empresarios minoritarios a superar algunos, pero no todos, los riesgos relevantes en los mercados extranjeros objetivo.</p> <p>los empresarios minoritarios están impresos por sus respectivas diásporas y, como resultado, son menos escépticos de la globalización, pero también son más cautelosos a la hora de comprometer recursos para la expansión internacional. Esta disminución del escepticismo se demuestra por una preferencia significativamente más fuerte por dar saltos (saltarse pasos en el proceso de internacionalización) versus un camino de internacionalización lento y constante (incremental).</p>
<p>Calabrò, A., Brogi, M., & Torchia, M. (2015). What Does Really Matter in the Internationalization of Small and Medium-Sized Family Businesses? <i>Journal of Small Business Management</i>, 54(2), 679–696. doi:10.1111/jsbm.12165</p>	<p>18</p> <p>Al formular y discutir proposiciones sobre el papel mediador del altruismo y la confianza basada en competencias en relación con la internacionalización de las EF, respondemos al llamado de Zahra (2003) de más estudios utilizando la teoría de la mayordomía como lente principal de análisis de los comportamientos internacionales de las Empresas Familiares.</p> <p>La teoría de la internacionalización incremental muestra que se espera que internacionalicen gradualmente su negocio para cerrar geográficamente los mercados con menos distancia psíquica (Lu y Beamish 2001).</p> <p>Los estudiosos de negocios internacionales intentan dar una explicación al comportamiento de internacionalización de las empresas conocidas como empresas internacionales nuevas / empresas globales nacidas, empresas que se internacionalizan tempranamente, ya veces también se las denomina empresas de internacionalización acelerada (Rialp, Rialp y Knight 2005; Zahra 2005; Zucchella, Denicolai y Denicolai 2007). Además de eso, hay una corriente emergente de literatura que identifica lo que se llama "global nacido de nuevo" (Bell, McNaughton y Young 2001). La evidencia empírica de este tipo de empresas internacionalizadas se basa en la literatura internacional sobre emprendimiento.</p>	<p>Los principales hallazgos sugieren que cuando los cambios "de época" (la participación de la generación entrante) se rompen repentinamente, contribuyen positivamente a la exploración y explotación de actividades empresariales internacionales. Además, la existencia de vínculos interpersonales basados en el altruismo y la confianza basada en la competencia entre las generaciones mayores y las futuras mitiga esta relación.</p> <p>Los resultados del análisis cualitativo muestran que existen diferentes comportamientos y percepciones internacionales entre las generaciones mayores y las nuevas. De hecho, el tiempo, el alcance, y los modos de internacionalización cambian en relación con el ciclo de vida de las empresas familiares, el grado de participación de la generación, la visión paternalista del fundador / propietario de la empresa y otras características específicas de las Empresas Familiares.</p> <p>Los directores de familia pueden enfrentar dos fuerzas opuestas relacionadas con la decisión de internacionalizarse: (1) la explotación y exploración de oportunidades a través de las fronteras nacionales podría impulsarlos a crecer y expandirse más allá de sus mercados tradicionales, mientras que (2) el deseo de mantener el control familiar alienta estabilidad y desarrollo de estrategias de bajo riesgo dentro del mercado tradicional de productos. Además, estas dos fuerzas opuestas podrían percibirse de manera diferente entre las generaciones mayores y las nuevas.</p>

<p>Poblete, C., & Amorós, J. (2013). Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile. <i>Journal of Technology Management & Innovation</i>, 8(1), 97-106. doi:10.4067/s0718-27242013000100010</p>	<p>19</p> <p>Existen diversas teorías que intentan explicar los determinantes de la internacionalización de las empresas hacia otros mercados. Principalmente existen dos grupos de teorías que pretenden explicar el comportamiento exportador de las pequeñas y medianas empresas.</p> <p>El primer grupo hace referencia a un proceso gradual de internacionalización, en la que se cumplen etapas. Según este enfoque existe un procedimiento de internacionalización en la que las empresas poco a poco van comprometiendo, de forma gradual, sus recursos y esfuerzos a hacia este objetivo.</p> <p>El segundo grupo se refiere a procesos acelerados de internacionalización. Estas teorías explican que es posible encontrar empresas que desde el inicio se enfocan en la internacionalización del negocio. Las empresas que siguen el patrón de internacionalización acelerado comienzan con un énfasis en el crecimiento a través de ventas en los mercados extranjeros. Este tipo de empresas, a diferencia de lo que señala el modelo gradual, no esperan ganar experiencia en el mercado local, y luego en mercados similares para finalmente expandirse a otros países y/o continentes. Por el contrario, desde prácticamente su año de fundación comienzan exportando a diferentes partes del mundo (Madsen y Servais, 1997).</p> <p>Dentro de esta corriente existe una gran variedad de denominaciones: Empresa global desde el inicio (Knight y Cavusgil, 1996), Global Start-ups (Oviatt y McDougall, 1995), High Technology Star-ups (Burgel y Murray, 2000), Global High-Tech Firms (Roberts y Senturia, 1996), Instant Internationals (Fil-llis, 2001), Micromultinational (Dimitratos et al., 2003) y las International New Ventures (Oviatt y McDougall, 1994).</p> <p>Existen principalmente dos vertientes teóricas que pretenden explicar el actuar de las pymes respecto a su proceso de internacionalización. Éstas son el enfoque de Uppsala, que habla de un proceso gradual, y la otra corriente de internacionalización acelerada es el enfoque de las llamadas International New Ventures.</p> <p>El presente estudio ahonda su investigación para analizar el comportamiento de las pequeñas y medianas empresas exportadoras (pymex) chilenas, dentro de los posibles determinantes de la internacionalización acelerada se analizan las redes de contacto, el apoyo institucional, nivel tecnológico, distancias psíquicas, tamaño de la empresa, apoyo institucional y la experiencia previa del emprendedor.</p> <p>McDougall et al. (1994) señalan que las redes permiten identificar más fácilmente oportunidades de negocios, y reducen el efecto de las distancias psíquicas. Las alianzas podrían generar también aportes en el know-how sobre los procesos productivos o</p>	
---	--	--

		<p>comerciales.</p> <p>Las empresas chilenas que siguen un proceso acelerado de internacionalización se caracterizan por poseer conocimientos previos sobre exportación.</p>	
<p>Navarro-García, Antonio; Rey-Moreno, Manuel; Barrera-Barrera, Ramón. <i>Revista de Administração de Empresas</i>; São Paulo Tomo 57, N.º 2, (Mar/Apr 2017): 135-147. DOI:10.1590/S0034-759020170203</p>	20	<p>Primero, tomando como referencia el RBV (Resource-based view), se demuestra que el nivel de emprendimiento exportador está condicionado por factores de tipo interno, tanto personales -compromiso exportador como propios de la organización -experiencia y estructura-.</p> <p>Segundo, se corrobora que aquellas empresas exportadoras que muestran mayor nivel de emprendimiento, plasmándose en el desarrollo de procesos de internacionalización acelerados, con presencia internacional en múltiples países y elevada intensidad exportadora, obtienen mejores resultados -cuantitativos y cualitativos- en los mercados exteriores que aquellas otras que muestran comportamientos más conservadores.</p>	<p>Los resultados del presente estudio revelan que: a) el emprendimiento exportador depende positivamente del compromiso exportador y de los recursos asociados a la experiencia y a la estructura; b) se corrobora el efecto positivo que el nivel de emprendimiento exportador genera en los resultados empresariales, por lo que es recomendable que las empresas exportadoras desarrollen procesos de internacionalización acelerados, con presencia en múltiples países simultáneamente y con elevada intensidad exportadora.</p> <p>El emprendimiento exportador puede conceptualizarse, a partir de las dimensiones de velocidad, alcance y grado, como el proceso por el cual una empresa -sus directivos-, empleando la exportación como forma de entrada a los mercados extranjeros, desarrolla una exportación temprana -en los 6 primeros años de vida-, tendiendo, independientemente de su tamaño, a comercializar sus productos y/o servicios a través de una estrategia de diversificación de mercados -suelen estar presentes simultáneamente en más de 10 países- y con una intensidad exportadora superior al 20%.</p>
<p>Cheng, C., Zhong, H., & Cao, L. (2020). Facilitating speed of internationalization: The roles of business intelligence and organizational agility. <i>Journal of Business Research</i>, 110, 95–103. doi:10.1016/j.jbusres.2020.01.003</p>	21		<p>Los resultados del presente estudio revelan:</p> <p>(1) La inteligencia empresarial tiene un significado fi no puedo en fi influye en la velocidad de la internacionalización, y la agilidad organizacional media positivamente dicha relación causal.</p> <p>(2) La distancia cultural modera negativamente la relación entre agilidad organizacional y velocidad de internacionalización. Las implicaciones gerenciales de estos fi descubrimientos y direcciones de investigación futuras con respecto a la firm " Se discute la velocidad de internacionalización.</p> <p>La importancia del conocimiento experiencial que promueve la fi rm's velocidad de la internacionalización extrayendo tal conocimiento de la experiencia incorporada, como la experiencia operativa y fomento de la confianza (Johanson y Vahlne, 1977, 2009). Sin embargo, la acumulación de conocimiento experiencial es una actividad que requiere mucho tiempo y ha sido severamente desafiada en la actualidad. El entorno competitivo basado en información. En particular, el uso extensivo y la dispersión de las TIC ha acelerado la información fi debido a los mercados internacionales (Lecerf y Omrani, 2019; Skudiene, Auruskeviciene y Sukeviciute, 2015) y exigen a las empresas que creen un sistema empresarial basado en TI bajo demanda, como inteligencia empresarial, para respaldar mejor el funcionamiento de sus negocios internacionales.</p>

<p>Paul, J., & Rosado-Serrano, A. (2019). Gradual Internationalization vs Born-Global/International new venture models. <i>International Marketing Review</i>. doi:10.1108/imr-10-2018-0280</p>	<p>22</p> <p>Este presente artículo resume la discusión y el progreso entre la internacionalización gradual y los modelos globales nacidos.</p> <p>La revisión de la literatura existente sobre la investigación del proceso de internacionalización revela oportunidades para el desarrollo de la teoría, la extensión y la prueba de la teoría en áreas tales como características empresariales de los gerentes, las empresas ' decisión de entrar en nichos de mercado, las relaciones interempresariales, el vínculo entre la innovación y el grado de globalización nacida. internacionalización</p> <p>Encuentran que no hay muchos estudios teóricos que destaquen los factores reales que contribuyan al fenómeno global nacido centrado en la evidencia empírica.</p> <p>Los hallazgos revelan que los emprendedores ' El enfoque artístico para generar confianza y el oportunismo impulsan el esfuerzo de internacionalización.</p> <p>Los emprendedores con aspiraciones de internacionalización temprana deben ser conscientes de la importancia de las relaciones de red consolidadas y de la estrategia de posicionamiento de nichos (Cannone y Ughetto, 2014)</p>	<p>La adopción de una estrategia de marketing de nicho y la empresa 's decisión de internacionalizarse como una empresa nacida global o como un modelo de internacionalización acelerada; el vínculo entre las cadenas de suministro y las relaciones entre empresas más sólidas y su influencia en la decisión de internacionalizarse; y las empresas de industrias intensivas en tecnología tienden a seguir el modelo global, en comparación con las industrias manufactureras tradicionales y de uso intensivo de mano de obra.</p>
<p>Jan-Erik Vahlne (2020). Development of the Uppsala model of internationalization process: From internationalization to evolution, https://doi.org/10.1002/gsj.1375</p>	<p>23</p> <p>El objetivo de este artículo es servir como base para una problematización continua , que con suerte conducirá a una investigación cada vez más progresiva sobre la internacionalización, la globalización y la evolución de las empresas, específicamente innovaciones teóricas y quizás mejoras del modelo de Uppsala.</p> <p>El autor menciona que existen oportunidades para mejorar y aplicar el modelo de Uppsala, lo cual podría conducir a nuevos hallazgos interesantes. Sugiriendo que se debe mirar mas de cerca los micro-fundamentos de la estrategia global. pudiendose aplicar hallazgos psicologicas al problema de investigación. Otro es analizar los procesos evolutivos. Y una tercera aplicacion seria el estudio de estrategias de la expansion internacional de las empresas comerciales multinacionales (MBE por sus sigles en ingles)</p>	
<p>Orero-Blat, M., Palacios-Marqués, D., & Garzón, D. (2020). Knowledge assets for internationalization strategy proposal. <i>Journal of Innovation & Knowledge</i>. doi:10.1016/j.jik.2020.08.002</p>	<p>24</p> <p>La falta de confianza, la falta de referencias previas y la naturaleza confidencial de los proyectos de ciberseguridad hacen que la internacionalización de las empresas del sector sea un gran desafío.</p> <p>Este trabajo se centrará en la aplicación de estas metodologías con el fin de crear una nueva estrategia de internacionalización de S 2 Grupo de Innovación en Procesos Organizativos SLU (en adelante S2 Grupo), empresa española de ciberseguridad con presencia internacional.</p> <p>Este estudio tiene como objetivo proporcionar una mejor comprensión de las estrategias y procesos de internacionalización adoptados por las empresas de base tecnológica.</p> <p>Esta investigación propone un concepto simple, destacable y de fácil comprensión a través de un lienzo empresarial que contiene nueve módulos que reflejan la lógica de una empresa para generar ingresos y que cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, suministro, infraestructura y viabilidad económica.</p>	

<p>Jain, N. K., Pangarkar, N., Yuan, L., & Kumar, V. (2019). Rapid internationalization of emerging market firms—The role of geographic diversity and added cultural distance. <i>International Business Review</i>, 28(6), 101590. doi:10.1016/j.ibusrev.2019.101590</p>	25		<p>En este estudio, los autores examinan los impulsores de la velocidad de internacionalización de las empresas multinacionales de mercados emergentes que se ha conocido por internacionalizarse rápidamente, incluso en países culturalmente distantes versus las empresas multinacionales de países desarrollados que se internacionalizan de forma más moderada. Además el papel de la diversidad geográfica y la distancia cultural añadida será un factor a analizar.</p>
<p>Omokaro-Romanus, C., Anchor, J. R., & Konara, P. (2018). The internationalization of Nigerian firms: Motivations and location patterns. <i>Thunderbird International Business Review</i>. doi:10.1002/tie.21962</p>	26	<p>El estudio se basa en el modelo de Uppsala y el modelo ecléctico OLI para investigar el proceso de internacionalización de las empresas nigerianas a través de un diseño de estudio de casos múltiples (Dunning, 1988, 2002; Johanson y Vahlne, 1977, 1990).</p> <p>El modelo de Uppsala postula que la internacionalización es un proceso que involucra una serie de pasos incrementales que las empresas toman para involucrarse en actividades de internacionalización.</p> <p>Otra teoría comercial internacional bien referenciada para explicar por qué las empresas participan en la OFDI es el modelo ecléctico de Dunning (Dunning, 1980, 1988, 2002). El modelo ecléctico, que a menudo se conoce como el paradigma OLI, afirma que las empresas multinacionales participan en la producción extranjera para capitalizar tres conjuntos de ventajas, a saber, propiedad (O), ubicación (L) e internalización (I). Las ventajas de propiedad son aquellas ventajas competitivas que poseen las organizaciones y que permiten una competencia favorable en un mercado extranjero (Dunning, 1988). Estas ventajas pueden incluir recursos y capacidades y fuentes externas de conocimiento (Marinova & Marinov, 2011).</p> <p>Las ventajas de internalización, por otro lado, son factores que animan a las empresas a explotar sus ventajas de propiedad internamente complementando el atractivo que ofrece la ubicación extranjera.</p> <p>Esto se debe a que tales diferencias pueden llevar a las empresas africanas a exhibir patrones y comportamientos diferentes en su proceso de internacionalización en comparación con las empresas multinacionales de países avanzados, América Latina y mercados emergentes asiáticos.</p>	<p>El presente artículo examina las motivaciones y los patrones de ubicación del proceso de internacionalización de cuatro empresas nigerianas a través de un enfoque de estudio de casos múltiples. Los resultados muestran que la internacionalización de las empresas nigerianas es un fenómeno reciente, pero el patrón de inversión extranjera refleja una estrategia de inversión panafricana.</p> <p>Sin embargo, los hallazgos también revelan que las ventajas específicas de la empresa que se habían acumulado en el mercado interno, junto con factores del país de origen y factores del mercado regional. Los resultados revelan que no existe un conjunto uniforme de factores que hayan motivado la internacionalización de las empresas nigerianas; aunque existen algunas similitudes entre los casos, también hay grandes diferencias. En general, las motivaciones y el patrón de ubicación de la internacionalización de las empresas nigerianas pueden atribuirse a una combinación de países de origen, factores específicos de la empresa y factores del mercado regional / receptor.</p>

<p>Boso, N., Adeleye, I., Ibeh, K., & Chizema, A. (2018). The internationalization of African firms: Opportunities, challenges, and risks. <i>Thunderbird International Business Review</i>. doi:10.1002/tie.21977</p>	27		<p>“La presente literatura destaca tres cuestiones temáticas amplias: oportunidades de internacionalización para las empresas africanas (desarrollo acelerado del sector privado e integración regional, y capacidad para superar los vacíos institucionales); desafíos de internacionalización (desafíos de competitividad global, gestión limitada y capacidades interculturales, y superación de la responsabilidad de la africanidad); y riesgos de internacionalización (pérdida de foco en los mercados nacionales y sobreinternización).</p> <p>Los autores han identificado y desarrollado oportunidades de internacionalización (desarrollo acelerado del sector privado e integración regional, y capacidad para superar los vacíos institucionales); desafíos de internacionalización (desafíos de competitividad global, gestión limitada y capacidades interculturales, y superación de la responsabilidad de la africanidad); y riesgos de internacionalización (pérdida de foco en los mercados nacionales y sobreinternización).</p> <p>El mayor nivel de internacionalización de las empresas en África puede atribuirse en gran medida al progreso en el desarrollo del sector privado y la integración regional, así como a la capacidad de las empresas panafricanas para superar los vacíos institucionales en el desafiante panorama que caracteriza a varios países del continente.</p> <p>Las perspectivas de internacionalización regional parecen alentadoras, ya que las élites políticas y empresariales de África están demostrando su compromiso con el aumento del comercio y la inversión intrarregionales.</p> <p>También existe evidencia empírica reciente de que las empresas de mercados emergentes utilizan la reputación como palanca para la supervivencia a largo plazo (Gao et al., 2017). Como demuestran Gao y sus colegas, muchas empresas de mercados emergentes (incluidas las africanas) han persistido a lo largo del tiempo (durante varias décadas o incluso siglos) en mercados desafiantes e imperfectos, debido a su habilidad experta para construir y aprovechar su reputación. Esta reputación, que consiste en prominencia, calidad percibida y resiliencia, es difícil de imitar (Gao et al., 2017). Para la internacionalización de las empresas africanas, por lo tanto, aprovechar una fuente de ventaja competitiva basada en la reputación puede ser una forma eficaz de mitigar y obviar los vacíos institucionales. En otras palabras, la persistencia de instituciones subdesarrolladas y las imperfecciones del mercado pueden beneficiar a las empresas africanas en proceso de internacionalización frente a sus contrapartes occidentales más avanzadas, siempre que sean capaces de capitalizar la complementariedad institucional y desarrollar activos reputacionales significativos.”</p>
<p>Kim, J. U., & Aguilera, R. V. (2015). The World is Spiky: An Internationalization Framework for A Semi-Globalized World. <i>Global Strategy Journal</i>, 5(2), 113–132. doi:10.1002/gsj.1094</p>	28		<p>La literatura académica nos brinda un alcance sobre el aprendizaje organizacional y sobre la investigación de la semiglobalización. Por este mismo hecho, los autores argumentan que las empresas se internacionalizan a través de la interacción entre tres mecanismos: explotación intrarregional; reconfiguración intrarregional; y exploración interregional.</p> <p>Muchos académicos han argumentado que la globalización se produce a nivel de la cadena de valor y que la semiglobalización altera la división funcional de las filiales de las empresas multinacionales.</p>

<p>Casillas, José C; Moreno-Menéndez, Ana M (2014). Velocidad del proceso de internacionalización: el papel de la diversidad y la profundidad en el aprendizaje experiencial. <i>Journal of International Business Studies</i>, 45 (1), 85–101. doi: 10.1057 / jibs.2013.29</p>	29		<p>La investigación realizada evidencia que la diversidad y profundidad de las experiencias internacionales acumuladas influyen en la velocidad de las operaciones internacionales. Los resultados del presente análisis contribuye al campo de los negocios internacionales y al aprendizaje organizacional, por lo cual los autores han definido, medido y explicado en 4 conceptualizaciones:</p> <p>C1.- Velocidad de las operaciones internacionales. C2.- Acumulación de experiencia intraregional y diversificación geográfica. C3.- Comportamiento internacional histórico vs velocidad de expansión post entrada. C4.- Combinación de diversidad internacional y profundidad en el proceso de expansión internacional.(selección de mercados y modo de funcionamiento)</p> <p>Los resultados muestran que el tipo de decisión que tome la empresa beneficiará en la aceleración del proceso de expansión internacional de acuerdo al grado de desarrollo de ese proceso organizacional, asimismo, el grado de experiencia y de diversificación de las operaciones internacionales brindarán una solidez para obtener una rápida internacionalización.</p>
<p>Lin, S., & Si, S. (2018). The influence of exploration and exploitation on born globals' speed of internationalization. <i>Management Decision</i>. doi:10.1108/md-08-2017-0735</p>	30		<p>Este artículo contribuye a la investigación actual de dos formas. Primero, esta investigación contribuye a las teorías sobre nacidos globales, velocidad de internacionalización, que redefinen en el estudio actual utilizando dos enfoques para medir la velocidad de la internacionalización de las empresas nacidas globales. Estos enfoques difieren de las investigaciones existentes. En términos de velocidad subjetiva, los empresarios compararon la velocidad de crecimiento de sus ventas en el mercado exterior con la de sus principales competidores. Con respecto a la velocidad objetiva de la internacionalización, preguntaron a los encuestados sobre la tasa de crecimiento de las ventas en el extranjero a través de su proceso empresarial. Encontraron que los dos tipos de medidas de velocidad de internacionalización eran más precisas que las medidas en la literatura existente.</p>
<p>Lee, J.Y., Jiménez, A. & Devinney, T.M. Learning in SME Internationalization: A New Perspective on Learning From Success versus Failure. <i>Manag Int Rev</i> 60, 485–513 (2020). https://doi.org/10.1007/s11575-020-00422-x</p>	31		<p>La investigación realizada nos brinda un alcance sobre el aprendizaje organizacional y sobre el conocimiento de la interacción relativamente inexplorada entre la internacionalización de las PYME y el aprendizaje del éxito frente al fracaso mostrando 5 artículos que demuestran el descuido del campo de inteligencia de negocios :</p> <ol style="list-style-type: none"> (1)El aprendizaje y la experimentación inspiran actividades empresariales (2)El compromiso empresarial puede ocurrir dentro de las organizaciones en lugar de ser independientes de ellas (3)La toma de decisiones empresarial es un proceso más que un descubrimiento de oportunidades; (4)El compromiso exterior se basa en el riesgo basado en un juicio empresarial (5) El espíritu empresarial se basa no solo en las expectativas de futuro de los emprendedores.
<p>Aguzzoli, R., Lengler, J., Sousa, C.M.P. and Benito, G.R.G. (2021), Here We Go Again: A Case Study on Re-entering a Foreign Market. <i>Brit J Manage</i>. https://doi.org/10.1111/1467-8551.12407</p>	32		<p>El presente artículo evidencia que las empresas se transforman dinámicamente por la evolución de la transformación digital o las nuevas plataformas que juegan un rol importante en el mundo de hoy, sin embargo las empresa realiza estudios de caso en profundidad para describir y analizar el proceso de reingreso y, por lo tanto, crea una mejor comprensión del fenómeno y proporciona una plataforma para una mejor conceptualización de los determinantes y procesos.</p>
<p>Figueira da Silva, Gilberto; Rocha, Angela; Ferreira da Silva, Jorge (2019). Llevando los servicios a los mercados extranjeros: una taxonomía de las empresas brasileñas de servicios. <i>Thunderbird International Business Review</i>, (), tie.22104-. doi: 10.1002 / tie.22104</p>	33		<p>Los estudios previos realizados por los académicos evidencian que desde los inicios de las empresas muestran una ventana como estrategia para los reingresos en caso deban retirarse el país. Para ello utilizaron como método un cuestionario estructurado. La población objetivo estuvo constituida por empresas brasileñas de servicios con actividades internacionales. Debido a la falta de una lista completa de la población objetivo, el primer paso fue obtener listas parciales de varias fuentes, incluidas instituciones gubernamentales y privadas de promoción de exportaciones, asociaciones empresariales y grupos de LinkedIn. Estas listas parciales se consolidaron, generando una nueva lista de 1721 empresas.</p> <p>El instrumento de recolección de datos se basó en estudios previos. El cuestionario empleó escalas de Likert. Asimismo, realizaron una prueba preliminar para evaluar la comprensión de los encuestados de</p>

		<p>las preguntas y la idoneidad del formato. Indican que, aunque no se detectaron problemas graves, se realizaron algunos cambios para mejorar el cuestionario.</p>
--	--	---

Anexo 4- Matriz 4

Ficha Resumen -
M4

En el subtema de teorías, para las relaciones de comparación usen el tipo de investigación utilizada. Para el subtema de perspectivas, en las relaciones de comparación, clasifiquen los papers en aquellos que apoyan procesos acelerados y los que sostienen lo contrario.

SRP N°:

Subtema	N° Art.	Año de publicación	Relación de Jerarquía (nombre de autor (es))	Relación de Desarrollo (Síntesis detallada del tema relacionado a la asociación de temas semejantes u opuestos)	Síntesis	Relación de comparación (Semejanza - Oposición)
Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	22	2019	Paul y Sánchez-Morcillo (2018)	En este artículo los autores desarrollan una nueva tipología tridimensional llamada modelo Conservador, Predecible y Marcapasos (CPP) para la internacionalización de las empresas.	En este artículo los autores desarrollan una nueva tipología tridimensional llamada modelo Conservador, Predecible y Marcapasos (CPP) para la internacionalización de las empresas.	Otras Teorías y modelos
	16	2020	Burton et al. (2020).	En este estudio los autores proponen nuevas estrategias que modifican la estructura del ciclo de vida del producto de acuerdo al país o región, Los investigadores desarrollan una visión de la internacionalización basada en la arquitectura de producto, enfatizando el papel de la arquitectura de producto en el mercado de producto y la internacionalización de la empresa. Además, contribuyen a la literatura sobre la hipótesis del reflejo al presentar una visión estilizada sobre cómo la arquitectura del producto facilita y puede ser " espejo " de internacionalización del mercado de productos e internacionalización de la empresa.	Los autores proponen nuevas estrategias que modifican la estructura del ciclo de vida del producto de acuerdo al país o región, desarrollando una visión de internacionalización basada en la arquitectura de producto.	Otras Teorías y modelos
	26	2018	Omokaro-Romanus et al. (2018)	Los autores desarrollan un modelo de negocio Lean Canvas, que es una adaptación del Business modelo Canvas, el cual, aplican 8 pasos para determinar si la empresa española en el rubro de tecnología se le puede aplicar una nueva estrategia de internacionalización.	Los autores desarrollan un modelo de negocio Lean Canvas, que es una adaptación del Business modelo Canvas, aplicando nuevas estrategias de internacionalización.	Otras Teorías y modelos
	5	2015	Li et al. (2015)	El estudio sugiere que, las empresas globales desde el inicio necesitan cualidades psicológicas de proactividad y asunción de riesgos que les permitan desarrollar capacidades organizacionales para recopilar e integrar información de diferentes fuentes, de esta manera su internacionalización logra ser rápida.	Para que el proceso de internacionalización sea acelerado, los autores sugieren que las empresas nacidas globales tengan cualidades psicológicas de proactividad y asunción de riesgos que les permitan desarrollar capacidades organizacionales.	Proceso Acelerado
	19	2013	Poblete y Amorós (2013)	La literatura evalúa a las empresas chilenas utilizando la teoría INV se analizó a 112 pymes e indica que la mayoría de empresas chilenas se introducen al mercado extranjero como empresas globales, utilizando las redes de apoyo, el tamaño de la empresa y el nivel tecnológico de la industria para expandirse de manera acelerada.	Los autores utilizan la teoría de INV, indicando que las empresas chilenas se introducen en el mercado extranjero como nacidas globales, utilizan redes de apoyo, tamaño de empresa y nivel tecnológico para expandirse aceleradamente.	Proceso Acelerado
	2	2014	Chetty et al. (2014)	La literatura realiza el análisis al modelo uppsala mediante la técnica de mínimos cuadrados parciales (PLS) "método de modelación de ecuaciones estructurales (SEM) basado en la varianza" por lo cual indica que, en el conocimiento previo de una empresa basado en la aplicación del modelo uppsala bajo su enfoque de gradualidad brindará posteriormente un aprendizaje experiencial que contribuye con la aceleración a los mercados internacionales de las pymes incluso más rápido que las multinacionales.	Los autores indican que el conocimiento previo del modelo UPPSALA acelera la internacionalización mediante el aprendizaje experiencial contribuyendo con los mercados internacionales mejorando el rendimiento de las pymes	Proceso Gradual

4	2015	Hilmersson y Johanson (2015)	El artículo muestra que el desempeño de la empresa no obtendrá resultados positivos cuando su internacionalización sea acelerada, sin embargo, si va a influir de manera significativa cuando la empresa en su proceso de expansión inicial obtenga resultados favorables y se logre evidenciar el aprendizaje organizacional y el compromiso internacional.	La empresa obtendrá resultados favorables en su proceso inicial de expansión mediante el aprendizaje organizacional y compromiso internacional.	Proceso Gradual
17	2019	Inouye et al. (2019)	Los resultados muestran que los empresarios mypes son menos escépticos a la globalización, pero más prudentes al momento de comprometer recursos en la internacionalización de sus empresas, por ello, se esfuerzan por gestionar y minimizar riesgos, adquiriendo y aplicando continuamente experiencias y conocimientos de los mercados objetivos para construir gradualmente importantes compromisos con el país anfitrión con la finalidad de mejorar la red de contactos con las diásporas extranjeras utilizándolo como una posible fuente de ventaja competitiva. Por tal motivo, el modelo de Uppsala se complementa con la estrategia de expansión de las empresas minoritarias de estados unidos.	Los autores analizan el modelo Uppsala, indican que las empresas no obtienen resultados positivos si su expansión es acelerada, sin embargo si influye en el aprendizaje organizacional y en el compromiso internacional.	Proceso Gradual
23	2020	Vahine (2020)	El artículo investiga sobre las oportunidades para mejorar y aplicar el modelo de Uppsala, lo cual podría conducir a nuevos hallazgos interesantes. Sugiriendo que se debe mirar más de cerca los micro-fundamentos de la estrategia global, pudiéndose aplicar hallazgos psicológicos al problema de investigación. Otro es analizar los procesos evolutivos. Y una tercera aplicación sería el estudio de estrategias de la expansión internacional de las empresas comerciales multinacionales (MBE por sus siglas en inglés)	El artículo investiga sobre las oportunidades para mejorar y aplicar el modelo de Uppsala, lo cual podría conducir a nuevos hallazgos interesantes	Proceso Gradual
3	2017	Meschi et al. (2017)	Dentro del presente artículo se estudia 02 enfoques teóricos utilizados en la internacionalización como son el modelo Uppsala "gradual" y Empresa global desde el inicio "acelerado" el cual, lo define como ENFOQUE DE EXPANSION SECUENCIAL (SE) y ENFOQUE DE NUEVA EMPRESA INTERNACIONAL (INV). Los resultados obtenidos evidencia que el enfoque SE tiene poca probabilidad de éxitos para una PYME versus el enfoque INV, ya que requiere que el enfoque de expansión secuencial se desempeñe a velocidad gradual para recolectar recursos tangibles e intangibles y aumentar su estrategia de internacionalización, para que luego del periodo de maduración de la empresa pueda aplicarse la estrategia de post entrada bajo el enfoque INV.	Los autores estudian el modelo Uppsala y modelo de empresa global desde el inicio indicando que el primero es poco exitoso para una pyme a diferencia del segundo, Uppsala recolecta recursos tangibles e intangibles aumentando su estrategia de internacionalización para que posterior a ello apliquen el enfoque INV.	Proceso Mixto
6	2018	Alessandri et al. (2018)	La literatura presenta a las empresas familiares y no familiares en la cual destaca que las empresas no familiares asumen mayores riesgos por lo cual su internacionalización será acelerada, mientras que las empresas familiares utilizan estrategias de internacionalización que no impliquen tomar mayores riesgos de tal manera, recurren al ingreso a mercados intraregionales que interregionales, por este hecho se entienden que su internacionalización será de forma moderada.	las empresas no familiares asumen riesgos para una internacionalización acelerada, a lo contrario de las empresas familiares que recurren al ingreso moderado a mercados intraregionales que los interregionales.	Proceso Mixto

Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización	18	2015	Calabró et al. (2015)	<p>El presente estudio muestra que las empresas familiares buscan trascender en nuevas generaciones como un episodio o ciclo de vida de las empresas familiares en la internacionalización.</p> <p>Las pymes muestran una cultura mayoritaria basada en la confianza e integridad familiar, la cual influye en la decisión de explorar nuevos mercados, este patrón estratégico inicia desde la consolidación del mercado nacional y posterior expansión internacional en diferentes tiempos o de manera gradual mediante la exportación pasiva, distribución o de forma directa.</p>	<p>La pymes muestran cultura mayoritaria se basa en confianza e integridad familiar, influye en la decisión de explorar nuevos mercados, patrón estratégico que inicia desde la consolidación del mercado nacional y posterior expansión internacional en diferentes tiempos o de manera gradual mediante la exportación pasiva, distribución o de forma directa.</p>	Proceso Mixto
	26	2018	Omokaro-Romanus et al. (2018)	<p>Dentro del presente artículo se estudia como las empresas nigerianas han utilizado diferentes adaptaciones y cambios a lo largo del tiempo, camino a la internacionalización, dentro del país africano mas grande de la región existe una constante evolución de los modelos puestos en marcha y ha aprueba, el análisis se basa en el modelo de Uppsala y el modelo ecléctico OLI para investigar el proceso de internacionalización de las empresas nigerianas a través de un diseño de estudio de casos múltiples dando como resultado factores uniformes que permitan afirmar el éxito de un solo modelo en su totalidad.</p> <p>Las motivaciones y el patrón de ubicación de la internacionalización de las empresas nigerianas pueden atribuirse a una combinación de países de origen, factores específicos de la empresa y factores del mercado regional / receptor.</p> <p>Los factores institucionales y de mercado del país de origen influyeron fuertemente en el proceso de crecimiento de las empresas y su motivación para la internacionalización.</p>	<p>constante evolución de los modelos puestos en marcha y ha aprueba, el análisis analiza el modelo de Uppsala y el modelo ecléctico OLI para investigar el proceso de internacionalización de las empresas nigerianas a través de un diseño de estudio de casos múltiples, da resultado factores uniformes que afirman el éxito de un solo modelo en su totalidad.</p>	Proceso Mixto
	28	2015	Kim y Aguilera (2015)	<p>La presente literatura desarrolla un nuevo modelo para el proceso de internacionalización aplicándola estudio de caso de la expansión europea de Hyundai motor para demostrar como funciona en un mundo semi globalizado a través de la interacción dinámica entre 3 mecanismos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Explotación intraregional — Explotar viejas certezas y apalancar capacidades dentro de la región 2. Reconfiguración intraregional — Recombina la acumulación conocimiento específico de la región. 3.Exploración interregional — Explorar. <p>Para ello, han utilizado elementos claves del modelo original de Uppsala para la construcción de este modelo que son la racionalidad limitada, incertidumbre, adaptación incremental y aprendizaje experiencial como el motor principal que impulsa la internacionalización empresarial.</p>	<p>desarrolla un nuevo modelo para el proceso de internacionalización, utilizando elementos claves del modelo Uppsala para la construcción de este modelo que son la racionalidad limitada, incertidumbre, adaptación incremental y aprendizaje experiencial.</p>	Proceso Mixto
	1	2019	Kim et al (2019).	<p>Señalan que el aumento del desempeño financiero se logra con mayor efectividad cuando una empresa se internacionaliza de forma intraregional a una velocidad moderada. Por otro lado, indican que la internacionalización interregional con mayor velocidad genera mayores gastos tecnológicos, de marketing y de estudio de mercado originando que el retorno económico sea a largo plazo y lento.</p>	<p>el aumento del desempeño financiero es más efectivo cuando una empresa se internacionaliza de forma intraregional a una velocidad moderada. En contraste, la internacionalización interregional acelerada genera mayores gastos tecnológicos, de marketing y de estudio de mercado originando que el retorno económico sea a largo plazo y lento.</p>	Proceso Acelerado
	7	2019	McCormick y Somaya (2019)	<p>Muestra que las empresas jóvenes de economías emergentes se expanden a una velocidad acelerada mediante la adopción de TIC (Tecnología de información y comunicación) aprovechando los servicios gubernamentales eficientes lo que les permite exportar mayores volúmenes y buscando posicionarse estratégicamente en las ciudades capitales con mayores recursos económicos.</p>	<p>Muestra que las empresas jóvenes de economías emergentes se expanden a una velocidad acelerada mediante la adopción de TIC. Aprovechan los servicios gubernamentales que les permite exportar mayores volúmenes y buscando posicionarse estratégicamente en las ciudades capitales con mayores recursos económicos.</p>	Proceso Acelerado

9	2019	Kumar et al (2019)	Identifica que las empresas multinacionales de mercados emergentes de la India tienen más prevalencia de seguir una internacionalización agresiva (acelerada), al generar reformas que implicaron la caída de las barreras a la inversión extranjera y al empresariado. Como resultado se experimentó un rápido crecimiento logrando que las multinacionales realicen sus primeras adquisiciones transfronterizas.	Identifican empresas multinacionales de mercados emergentes de la India que tienen más prevalencia de seguir una internacionalización acelerada, al generar reformas que implican la caída de las barreras a la inversión extranjera y al empresariado.	Proceso Acelerado
11	2018	Hsieh et al. (2018)	Se muestra diferentes patrones en la internacionalización en los cuales las empresas deben de seguir una planificación en relación a la estrategia internacional tomando como referencia los comportamientos y actividades de las empresas que ya se encuentran operando en ese territorio, se plantea estrategias de aceleración para la introducción a nuevos mercados extranjeros según los emprendedores de las pymes, por un grupo de ellos, denominados empresas globales.	plantean estrategias de aceleración para la introducción a nuevos mercados extranjeros según los emprendedores de las pymes, por un grupo de ellos denominados nacidos globales.	Proceso Acelerado
15	2017	Popli et al. (2017)	Argumentamos y encontramos un impacto positivo de las reformas pro mercado en el desempeño de la empresa depende del ajuste estratégico temporal de las elecciones estratégicas de la empresa con el entorno externo. Las reformas a favor del mercado permiten la entrada de más actores nacionales e internacionales, estimulan más el espíritu empresarial, crean una mayor competencia en la economía y un menor desempeño de las empresas. El acceso preventivo a una mayor variedad de oportunidades aumenta el potencial de las empresas para mantener la rentabilidad. El artículo presenta en sus conclusiones que la internacionalización puede ir en un proceso acelerado.	Los autores concluyen que la internacionalización puede ir en un proceso acelerado, realizando reformas pro mercado en el desempeño de la empresa permitiendo la entrada de más actores nacionales e internacionales, estimulando un espíritu empresarial, creando una mayor competencia en la economía y un menor desempeño de las empresas.	Proceso Acelerado
20	2017	Navarro-García et al. (2017)	Los resultados indican que el emprendimiento exportador depende positivamente del compromiso y de los recursos asociados a la experiencia y a la estructura; asimismo los autores corroboran el efecto positivo que el emprendimiento exportador genera en los resultados empresariales por lo que recomiendan que las empresas exportadoras desarrollen procesos de internacionalización acelerados, con presencia en múltiples países en simultáneo y con elevada intensidad exportadora.	Corroboran el efecto positivo que el emprendimiento exportador genera en los resultados empresariales, recomendando que las empresas exportadoras desarrollen procesos de internacionalización acelerados, con presencia en múltiples países en simultáneo y con elevada intensidad exportadora.	Proceso Acelerado
21	2020	Cheng et al. (2020).	La investigación llega a la conclusión que la inteligencia empresarial tiene una influencia significativa en la velocidad de la internacionalización y que la agilidad organizacional contribuye positivamente esta relación. Asimismo, la distancia cultural modera negativamente la relación entre agilidad organizacional y la velocidad de internacionalización. En este artículo hace implícito que la inteligencia empresarial y la agilidad organizacional deben estar alineadas en conjunto para que el proceso de la velocidad de internacionalización sea acelerada.	la inteligencia empresarial influye significativamente en la velocidad de la internacionalización y la agilidad organizacional contribuye positivamente esta relación, deben estar alineadas en conjunto para que el proceso de la velocidad de internacionalización sea acelerada.	Proceso Acelerado
22	2019	Paul y Rosado-Serrano (2019)	Los hallazgos revelan que los emprendedores nacidos globalmente deben basarse en la teoría de intercambio social (teoría de redes y tecnología) con la finalidad de explorar el proceso de creación de confianza y oportunismo ya que el modelo de internacionalización es acelerado. Las empresas de industrias intensivas en tecnología tienden a seguir un modelo nacido global en comparación con las empresas intensivas manufactureras tradicionales, es importante señalar según la investigación que cualquier empresa puede internacionalizar de forma veloz incluyendo empresas clásicas o antiguas. Las grandes empresas tienden a internacionalizar sus nuevas empresas rápidamente por tener los recursos económicos a su alcance de tal manera que su impacto de expansión se evidencia y se muestra acelerado basando en un modelo de empresa global desde el inicio.	Los emprendedores de empresas globales desde el inicio se enfocan en el intercambio social con la finalidad de generar mayor confianza y oportunismo.	Proceso Acelerado

25	2019	Jain et al. (2019)	<p>Se identifica que una internacionalización acelerada debe tener un alto grado de compromiso para que una empresa pueda realizar una rápida expansión internacional, brindando a las empresas multinacionales de mercados emergentes mejores oportunidades de aprender no solo acumulando y vinculando diversos conocimientos institucionales y culturales sobre los diversos países en los que ingresan, sino también adquiriendo conocimientos más profundos sobre sus clientes.</p> <p>Por lo tanto la literatura sugiere que el aprendizaje organizacional es uno de los impulsores mas importantes para la rápida internacionalización de acuerdo a investigaciones anteriores.</p>	<p>La internacionalización acelerada debe tener un alto grado de compromiso para tener una rápida expansión, brindando un vínculo con conocimientos institucionales y culturales obteniendo mejores oportunidades para conocer al cliente.</p>	Proceso Acelerado
27	2018	Boso et al. (2018)	<p>En la presente literatura se ha logrado observar que en las ultimas 2 décadas las empresas africanas se han venido internacionalizando de manera acelerada buscando la competitividad global y los altos estándares de gestion, utilizando como táctica principal la Inter culturalización con la finalidad de ver de cerca las necesidades de los mercados, obteniendo de esa manera una ventaja potencial en cada región o país, asimismo, han logrado reducir las brechas institucionales para mitigar los vacíos y las barreras para realizar una rápida expansión, teniendo como mayor participante al gobierno africano que a lo largo del tiempo ha venido ejecutando estrategias tanto locales como regionales con el fin de ganar experiencia entre los países transfronterizos y acuerdos para generar espacios competitivos y dinámicos entre sus competidores locales y del mercado internacional. Por ello, los académicos han valorado el apoyo interno y la experiencia regional como factores preponderantes para una rápida y acelerada internacionalización en las multinacionales sudafricanas.</p>	<p>Las empresas africanas han logrado internacionalizarse de forma acelerada utilizando la estrategia de la Inter culturalización con la finalidad de reducir brechas institucionales y mitigar los vacíos para ganar experiencia de manera transfronteriza en espacios competitivos y dinámicos.</p>	Proceso Acelerado
29	2014	Casillas y Moreno-Menéndez (2014)	<p>Los resultados muestran que el tipo de decisión que tome la empresa beneficiará en la aceleración del proceso de expansión internacional de acuerdo al grado de desarrollo de ese proceso organizacional, asimismo, el grado de experiencia y de diversificación de las operaciones internacionales brindaran una solidez para obtener una rápida internacionalización.</p>	<p>Se evidencia que si el grado de desarrollo organizacional de la empresa global nacida es alto, el grado de experiencia y de diversificación en las operaciones brindaran una solidez y respaldo en la expansión internacional.</p>	Proceso Acelerado
30	2018	Lin y Si (2018)	<p>Se evidencia que el estudio tuvo como objetivo lograr una mejor comprensión de los nacidos globales sobre el comportamiento de internacionalización, mediante la construcción de un modelo sobre los efectos de la exploración y explotación en la velocidad de internacionalización de los nacidos globales.</p>	<p>Se evidencia el logro de una mejor comprensión de los nacidos globales sobre el comportamiento de internacionalización, mediante la construcción de un modelo sobre los efectos de la exploración y explotación en la velocidad de internacionalización de los nacidos globales.</p>	Proceso Acelerado
10	2019	Głodowska et al. (2019)	<p>Se evidencia que 1 de 5 empresas no cuenta con una estrategia de internacionalización formal o no formal para realizar una actividad en el extranjero de forma eficiente y eficaz. Por lo tanto las multinacionales requieren de instrumentos de planificación y de una perspectiva con enfoque estratégico para empezar a operar a una velocidad moderada. Por otro lado, los investigadores han concluido que al no contar con un plan de expansión de crecimiento continuo a largo plazo este generará mayores costos de recursos económicos por lo que deberá financiarse por etapas en la internacionalización haciendo que su velocidad sea cautelosa.</p>	<p>Se evidencia que 1 de 5 empresas no cuenta con una estrategia de internacionalización, por lo tanto este generará mayores costos de recursos económicos por lo que deberá financiarse por etapas siendo cauteloso en la expansión.</p>	Proceso Gradual

12	2018	Mohr y Batzokis (2018)	Se evidencia que la velocidad de internacionalización de las empresas de acuerdo a su experiencia internacional y las altas presiones competitivas, puede mostrar una rápida internacionalización si las condiciones y las dificultades son menores, en tales condiciones conducirá a dificultades laborales, sin embargo, la diversificación de productos y el alcance global puede ayudar a que el proceso de inserción sea más acelerado de acuerdo a las políticas gubernamentales y barreras institucionales.	si las condiciones y las dificultades son menores, en tales condiciones conducirá a dificultades laborales, sin embargo, la diversificación de productos y el alcance global puede ayudar a que el proceso de inserción sea más acelerado de acuerdo a las políticas gubernamentales.	Proceso Gradual
13	2019	Nuruzzaman et al. (2019)	Se logra demostrar que el riesgo institucional vs el apoyo institucional aun mantiene limitaciones de entendimiento de origen que afectan la internacionalización de las empresas, no obstante, evidenciamos que ambos afectan las decisiones estratégicas de las compañías de manera directa o indirecta. Por lo tanto amenazan los objetivos económicos empresa. Sostenemos que las empresas pueden evitar parcialmente los peligros institucionales en las economías emergentes diversificando geográficamente sus mercados mediante la exportación. Además, es probable que el efecto del apoyo institucional sea más fuerte que el efecto de los peligros institucionales, ya que el apoyo institucional puede aumentar la eficiencia de la empresa y así crear una ventaja competitiva basada en el país de origen. Por ello, en este artículo se concluye que la internacionalización debe ser a un ritmo gradual.	El riesgo Institucional vs el apoyo institucional afectan la internacionalización de las empresas de forma indirecta, sin embargo las empresas pueden evitar parcialmente dicho peligro institucional diversificando geográficamente sus mercados mediante la exportación	Proceso Gradual
14	2020	Lahiri et al. (2020)	La asignación de recursos es uno de factores clave que permite que una empresa pueda evaluar a que ritmo puede internacionalizarse, no obstante, dentro de los repertorios de recursos específicos de la empresa y la familia, los marcos institucionales y las condiciones de la industria impulsan la internacionalización de las PYMES familiares la cual puede variar en función de como la enfrentan, evalúan y tratan lo otros factores del proceso. Utilizando la estrategia tripode basada en recursos, basada en instituciones y basada en la industria el autor identifica que la evaluación solo puede realizarse con estos 3 factores en conjunto dado que cada pyme tiene una realidad distinta y buscan un ritmo seguro (gradual) que les brinde beneficios y retornos sea en corto o largo plazo sin poner en riesgo la empresa.	Las Pymes buscan un ritmo seguro, que les brinde beneficios y retornos económicos a corto o largo plazo sin poner en riesgo los intereses de la empresa utilizando la estrategia tripode basada en recursos, institución e industria.	Proceso Gradual
31	2020	Lee et al. (2020)	Evidencia que las aplicaciones adicionales para los modelos de Uppsala, sugeridas por Vahlne, pueden aplicarse a un modelo integrador propuesto por los autores entre los modelos de Uppsala y aprender del éxito y el fracaso. Concluyen, indicando que el aprendizaje organizacional (a nivel de empresa) del éxito y el fracaso que se origina en el nivel de un miembro de la organización (individual) y se aplican los micro-fundamentos de estrategia global.	Evidencia que las aplicaciones adicionales para los modelos de Uppsala pueden aplicarse a un modelo integrador propuesto por los autores entre los modelos de Uppsala y aprender del éxito y el fracaso.	Proceso Gradual
32	2020	Aguzzoli et al. (2020)		Realizaron un estudio de caso sobre el reingreso a un mercado extranjero, para lograr ello, recolectaron datos de tres fuentes: entrevistas en profundidad, semiestructuradas, fuentes documentales y observación directa.	Proceso Gradual
33	2019	Figueira da Silva et al. (2019)		Realizaron una clasificación de las empresas de servicios brasileñas enfocándose en llevar los servicios a los mercados extranjeros, para ello utilizaron como método un cuestionario estructurado.	Proceso Gradual

Anexo 5 – Gráfica de subtema por autor

RELACIÓN CON A
SECCIÓN ANTECEDENTES
TEÓRICOS

RELACIÓN
JERARQUÍA

RELACIÓN
COMPARACIÓN

RELACIÓN DE DESARROLLO

Teorías y modelos
sobre el proceso de
internacionalización

Proceso
Acelerado

Poblete y Amorós
(2013)

Los autores utilizan la teoría de INV, indicando que las empresas chilenas se introducen en el mercado extranjero como nacidas globales, utilizan redes de apoyo, tamaño de empresa y nivel tecnológico para expandirse aceleradamente.

Li et al. (2015)

Para que el proceso de internacionalización sea acelerado, los autores sugieren que las empresas nacidas globales tengan cualidades psicológicas de proactividad y asunción de riesgos que les permitan desarrollar capacidades organizacionales.

Proceso
Gradual

Chetty et al. (2014)

Los autores indican que el conocimiento previo del modelo Uppsala acelera la internacionalización mediante el aprendizaje experiencial, contribuyendo con los mercados internacionales y mejorando el rendimiento de las pymes.

Hilmersson y
Johanson (2015)

La empresa obtendrá resultados favorables en su proceso inicial de expansión mediante el aprendizaje organizacional y compromiso internacional.

Inouye et al. (2019)

Los autores analizan el modelo Uppsala, indican que las empresas no obtienen resultados positivos si su expansión es acelerada, sin embargo si influye en el aprendizaje organizacional y en el compromiso internacional.

Jan-Erik Vahlne
(2020)

El artículo investiga sobre las oportunidades para mejorar y aplicar el modelo de Uppsala, lo cual podría conducir a nuevos hallazgos interesantes

Proceso
Mixto

Calabré et al. (2015)

Las pymes muestran cultura mayoritaria se basa en confianza e integridad familiar, influye en la decisión de explorar nuevos mercados, patrón estratégico que inicia desde la consolidación del mercado nacional y posterior expansión internacional en diferentes tiempos o de manera gradual mediante la exportación pasiva, distribución o de forma directa.

Kim y Aguilera
(2015)

Desarrolla un nuevo modelo para el proceso de internacionalización, utilizando elementos claves del modelo Uppsala para la construcción de este modelo que son la racionalidad limitada, incertidumbre, adaptación incremental y aprendizaje experiencial.

Meschi et al. (2017)

Los autores estudian el modelo Uppsala y modelo de empresa global desde el inicio indicando que el primero es poco exitoso para una pyme a diferencia del segundo, Uppsala recolecta recursos tangibles e intangibles aumentando su estrategia de internacionalización para que posterior a ello apliquen el enfoque INV.

Omokaro-Romanus
et al. (2018)

Constante evolución de los modelos puestos en marcha y ha aprueba, el análisis analiza el modelo de Uppsala y el modelo ecléctico OLI para investigar el proceso de internacionalización de las empresas nigerianas a través de un diseño de estudio de casos múltiples, da resultado factores uniformes que afirman el éxito de un solo modelo en su totalidad.

Alessandri et al.
(2018)

Las empresas no familiares asumen riesgos para una internacionalización acelerada, a lo contrario de las empresas familiares que recurren al ingreso moderado a mercados intraregionales que los interregionales.

Otras Teorías y
modelos

Paul y Sánchez-
Morcillo (2018)

En este artículo los autores desarrollan una nueva tipología tridimensional llamada modelo Conservador, Predecible y Marcapasos (CPP) para la internacionalización de las empresas.

Orero-Blat et al.
(2020)

Los autores desarrollan un modelo de negocio Lean Canvas, que es una adaptación del Business modelo Canvas, aplicando nuevas estrategias de internacionalización.

Burton et al. (2020).

Los autores proponen nuevas estrategias que modifican la estructura del ciclo de vida del producto de acuerdo al país o región, desarrollando una visión de internacionalización basada en la arquitectura de producto.

Perspectiva acerca de la velocidad en el proceso de internacionalización

Proceso Acelerado

- Navarro-García et al. (2017) Corroboran el efecto positivo que el emprendimiento exportador genera en los resultados empresariales, recomendando que las empresas exportadoras desarrollen procesos de internacionalización acelerados, con presencia en múltiples países en simultáneo y con elevada intensidad exportadora.
- Popli et al. (2017) Los autores concluyen que la internacionalización puede ir en un proceso acelerado, realizando reformas pro mercado en el desempeño de la empresas permitiendo la entrada de más actores nacionales e internacionales, estimulando un espíritu empresarial, creando una mayor competencia en la economía y un menor desempeño de las empresas.
- Boso et al. (2018) Las empresas africanas han logrado internacionalizarse de forma acelerada utilizando la estrategia de la inter culturalización con la finalidad de reducir brechas institucionales y mitigar los vacíos para ganar experiencia de manera transfronteriza en espacios competitivos y dinámicos.
- Hsieh et al. (2018) Plantean estrategias de aceleración para la introducción a nuevos mercados extranjeros según los emprendedores de las pymes, por un grupo de ellos denominados nacidos globales.
- Jain et al. (2019) La internacionalización acelerada debe tener un alto grado de compromiso para tener una rápida expansión, brindando un vínculo con conocimientos institucionales y culturales obteniendo mejores oportunidades para conocer al cliente.
- Kumar et al (2019) Identifican empresas multinacionales de mercados emergentes de la india tienen mas prevalida de seguir una internacionalización acelerada, al generar reformas que implican la caída de las barreras a la inversión extranjera y al empresariado.
- McCormick y Somaya (2019) Muestra que las empresas jóvenes de economías emergentes se expanden a una velocidad acelerada mediante la adopción de TIC. Aprovechan los servicios gubernamentales que les permite exportar mayores volúmenes y buscando posicionarse estratégicamente en las ciudades capitales con mayores recursos económicos.
- Paul, J. and Rosado-Serrano, A. (2019) Los emprendedores de empresas globales desde el inicio se enfocan en el intercambio social con la finalidad de generar mayor confianza y oportunismo.
- Cheng et al. (2020). La inteligencia empresarial influye significativamente en la velocidad de la internacionalización y la agilidad organizacional contribuye positivamente esta relación, deben estar alineadas en conjunto para que el proceso de la velocidad de internacionalización sea acelerada.
- Lin y Si (2018) Se evidencia el logro de una mejor comprensión de los nacidos globales sobre el comportamiento de internacionalización, mediante la construcción de un modelo sobre los efectos de la exploración y explotación en la velocidad de internacionalización de los nacidos globales.

Proceso Gradual

- Mohr y Batzokis (2018) Si las condiciones y las dificultades son menores, en tales condiciones conducirá a dificultades laborales , sin embargo, la diversificación de productos y el alcance global puede ayudar a que el proceso de inserción sea mas acelerado de acuerdo a las políticas gubernamentales.
- Glodowska et al. (2019) Se evidencia que 1 de 5 empresas no cuenta con una estrategia de internacionalización , por lo tanto este generará mayores costos de recursos económicos por lo que deberá financiarse por etapas siendo cauteloso en la expansión.
- Nuruzzaman et al. (2019) El riesgo institucional vs el apoyo institucional afectan la internacionalización de las empresas de forma indirecta, sin embargo las empresas pueden evitar parcialmente dicho peligro institucional diversificando geográficamente sus mercados mediante la exportación
- Lahiri et al. (2020) Las Pymes buscan un ritmo seguro, que les brinde beneficios y retornos económicos a corto o largo plazo sin poner en riesgo los intereses de la empresa utilizando la estrategia tripode basada en recursos, institución e industria.
- Lee et al. (2020) Evidencia que las aplicaciones adicionales para los modelos de Uppsala pueden aplicarse a un modelo integrador propuesto por los autores entre los modelos de Uppsala y aprender del éxito y el fracaso.
- Aguzzoli et al. (2020) Realizaron un estudio de caso sobre el reingreso a un mercado extranjero, para lograr ello, recolectaron datos de tres fuentes: entrevistas en profundidad, semiestructuradas, fuentes documentales y observación directa.
- Figueira da Silva et al. (2019) Realizaron una clasificación de las empresas de servicios brasileñas enfocándose en llevar los servicios a los mercados extranjeros, para ello utilizaron como método un cuestionario estructurado.
- Kim et al (2019). El aumento del desempeño financiero es mas efectivo cuando una empresa se internacionaliza de forma intraregional a una velocidad moderada. En contraste, la internacionalización interregional acelerada genera mayores gastos tecnológicos, de marketing y de estudio de mercado originando que el retorno económico sea a largo plazo y lento.