INFLUENCIA DE LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA SOBRE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS

INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION ON THE INTERNATIONALIZATION OF SMALL BUSINESSES

Andy Montoya Levano
Blackwell Global University | amontoya@neumann.edu.pe | https://orcid.org/0009-0004-7578-9349

Ana Lizeth Quiliche Damian
Blackwell Global University | ana.quiliche@balticec.com | https://orcid.org/0009-0008-3290-5425

RESUMEN

Este estudio analiza la relación entre la **orientación emprendedora** y el proceso de **internacionalización** en **pequeñas empresas** de América Latina mediante un enfoque cuantitativo transversal. La muestra, probabilística estratificada (n = 297), incluyó dueños o gerentes generales en distintas etapas de internacionalización, evaluados mediante un cuestionario validado con escala Likert de cinco puntos. Los resultados confirmaron una **correlación positiva moderada** (r = 0,35, p < 0,001) entre ambas variables, explicando el 12,6 % de la varianza compartida, con todas sus dimensiones (proactividad, asunción de riesgos, búsqueda de oportunidades e innovación) asociadas significativamente. El análisis de diferencias evidenció variaciones estadísticamente significativas según la etapa de internacionalización (ANOVA: F(2, 294) = 12,97, p < 0,001), destacando mayores niveles en la fase intermedia (3–5 años). Las regresiones lineales múltiples validaron la capacidad predictiva del modelo, donde la **proactividad** emergió como el predictor más relevante (β = 0,20, p = 0,012), mientras que todas las dimensiones contribuyeron significativamente al proceso. Los hallazgos subrayan que la orientación emprendedora influye de manera diferenciada según la etapa de internacionalización, aportando un marco teórico que sistematiza su relación con la expansión internacional en contextos latinoamericanos.

Palabras clave: orientación emprendedora, internacionalización empresarial, pequeñas empresas, proactividad, etapas de desarrollo internacional

ABSTRACT

This study examines the relationship between **entrepreneurial orientation** and the **internationalization process** in **small firms** from Latin America using a quantitative cross-sectional approach. A stratified probabilistic sample (n = 297) comprising owners or general managers at different internationalization stages was assessed via a validated Likert-scale questionnaire. Results confirmed a **moderate positive correlation** (r = 0.35, p < 0.001) between entrepreneurial orientation and internationalization, accounting for 12.6 % shared variance, with all dimensions (proactiveness, risk-taking, opportunity-seeking, and innovativeness) showing significant associations. Group differences analysis revealed statistically significant variations across internationalization stages (ANOVA: F(2, 294) = 12.97, p < 0.001), with higher levels observed in the intermediate phase (3–5 years). Multiple linear regressions validated the model's predictive capacity, where **proactiveness** emerged as the strongest predictor (β = 0.20, p = 0.012), while all

dimensions contributed significantly. Findings underscore that entrepreneurial orientation influences internationalization differentially across stages, providing a theoretical framework that systematically links entrepreneurial traits to the international expansion of small firms in Latin American contexts.

Keywords: entrepreneurial orientation, firm internationalization, small businesses, proactiveness, internationalization stages

Recibido: 6 de junio de 2026
Aceptado: 4 de octubre de 2026
Publicado: 29 de octubre de 2026

INTRODUCCIÓN

CONTEXTUALIZACIÓN

La internacionalización de las pequeñas empresas representa un fenómeno estratégico en la economía global contemporánea, especialmente en regiones como América Latina, donde el tejido empresarial está dominado por unidades productivas de reducida escala (Felzensztein et al., 2021; Guardamino y Egoávil, 2021). Este proceso no solo amplía los horizontes comerciales de las organizaciones, sino que también redefine sus modelos de negocio, exigiendo adaptaciones en áreas como la gestión operativa, la innovación y la capacidad de respuesta a entornos dinámicos y fragmentados (Reim et al., 2022; Colovic, 2021). En este contexto, la orientación emprendedora emerge como un constructo central, dado que su presencia en la literatura especializada ha demostrado ser un determinante clave en la capacidad de las firmas para identificar oportunidades más allá de sus mercados domésticos y materializar estrategias de expansión internacional (Ipsmiller et al., 2022; Wach et al., 2022). No obstante, la relación entre ambas dimensiones —orientación emprendedora y proceso de internacionalización— sigue siendo un campo de estudio con avances desiguales, particularmente cuando se analiza desde la perspectiva de economías emergentes, donde las barreras institucionales, culturales y de recursos limitan la generalización de hallazgos obtenidos en contextos desarrollados (Zahoor et al., 2022; Wach y Głodowska, 2021).

REALIDAD PROBLEMÁTICA

Pese a la relevancia teórica y práctica de la internacionalización en pequeñas empresas, persisten vacíos significativos en la comprensión de los mecanismos mediante los cuales la orientación emprendedora —entendida como un conjunto de actitudes y comportamientos proactivos, innovadores y tolerantes al riesgo— influye en la adopción y consolidación de estrategias de expansión internacional. Estudios previos han explorado esta relación desde enfoques parciales, centrando su atención en dimensiones específicas como la proactividad o la innovación, sin integrar un marco analítico que permita evaluar su impacto conjunto sobre el proceso de internacionalización en su totalidad (Keskin et al., 2021; Purkayastha y Gupta, 2022). Además, la mayoría de las investigaciones disponibles se han desarrollado en contextos geográficos limitados —principalmente Europa y Asia— dejando en segundo plano realidades como la de América Latina, donde las pequeñas empresas enfrentan desafíos estructurales únicos, tales como asimetrías informacionales, restricciones de financiamiento y entornos regulatorios complejos (Felzensztein et al., 2021; Guardamino y Egoávil, 2021). Este desequilibrio metodológico y geográfico limita la capacidad de generar conocimiento aplicable a un universo empresarial diverso, caracterizado por trayectorias de internacionalización heterogéneas y ritmos de adaptación diferenciados (Zahoor et al., 2022; Wach et al., 2022).

JUSTIFICACIÓN

El presente estudio aporta claridad teórica al

examinar la relación entre la orientación emprendedora y la internacionalización de pequeñas empresas en América Latina, un ámbito donde la evidencia empírica reciente sigue siendo escasa y fragmentada. Desde una perspectiva teórica, se contribuye a la literatura al sistematizar las dimensiones de ambos constructos —orientación emprendedora e internacionalización— y analizar su interdependencia mediante un marco conceptual robusto, capaz de integrar variables como la asunción de riesgos, la innovación y las estrategias de entrada en mercados extranjeros (Colovic, 2021; Ipsmiller et al., 2022). En el plano práctico, los resultados esperados pueden ofrecer a gestores y tomadores de decisiones herramientas para diseñar intervenciones estratégicas que potencien la capacidad internacionalizadora de sus organizaciones, especialmente en etapas tempranas de expansión, donde la orientación emprendedora actúa como un multiplicador de oportunidades (Reim et al., 2022; Amankwah-Amoah et al., 2022). Metodológicamente, el empleo de técnicas estadísticas como la correlación de Pearson, el análisis de varianza (ANOVA) y la regresión lineal múltiple permite evaluar la significancia y dirección de las relaciones identificadas, sin asumir relaciones causales directas, pero sí proporcionando evidencia sobre la fuerza y consistencia de los vínculos observados (Keskin et al., 2021; Wach et al., 2022). Este enfoque riguroso resulta especialmente relevante en un contexto como el latinoamericano, donde la endogeneidad de factores institucionales y culturales exige modelos analíticos que superen simplificaciones deterministas.

MARCO TEÓRICO

LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA EN PEQUEÑAS EMPRESAS

La orientación emprendedora se define como un conjunto de actitudes y comportamientos organizacionales que reflejan la disposición de los gestores para asumir riesgos calculados, identificar y explotar oportunidades en entornos inciertos, y adoptar posturas proactivas frente a cambios en el contexto competitivo (Ipsmiller et al., 2022; Wach et al., 2022). Este constructo multidimensional abarca cuatro dimensiones fundamentales: **proactividad**, entendida como la capacidad de anticipar y moldear el entorno mediante acciones innovadoras; **asunción de riesgos**, que implica la tolerancia a la incertidumbre y la disposición a comprometer recursos en la persecución de objetivos ambiciosos; **búsqueda de oportunidades**, vinculada a la agudeza para detectar nichos de mercado o tendencias emergentes; y **innovación**, que se manifiesta en la introducción de mejoras significativas en productos, procesos o modelos de negocio (Colovic, 2021; Wach y Głodowska, 2021). La evidencia empírica reciente respalda su influencia positiva en el desempeño empresarial, incluso en contextos adversos, donde actúa como un moderador de la resiliencia organizacional (Ipsmiller et al., 2022; Pierre et al., 2025). En el ámbito de la internacionalización, estudios como los de Wach et al. (2022) destacan su papel como facilitador de la adaptación a entornos culturales y legales distintos, así como en la selección de estrategias de entrada en mercados extranjeros.

LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS

El proceso de internacionalización en pequeñas empresas se conceptualiza como una secuencia dinámica de decisiones y acciones mediante las cuales las organizaciones expanden sus operaciones más allá de sus fronteras nacionales, con el fin de acceder a nuevos mercados, diversificar riesgos o aprovechar ventajas comparativas (Reim et al., 2022; Felzensztein et al., 2021). Este fenómeno multidimensional se estructura en torno a cuatro ejes principales: **exportaciones**, que incluyen la venta de bienes o servicios en mercados externos mediante canales tradicionales o digitales; **inversión directa en el extranjero**, que implica la creación de subsidiarias o filiales en jurisdicciones extranjeras; **estrategias de entrada en mercados internacionales**, que abarcan desde acuerdos de distribución hasta la constitución de joint ventures; y **adaptación a entornos culturales y legales internacionales**, que exige ajustes en

aspectos como la normativa laboral, los estándares de calidad o las prácticas comerciales locales (Keskin et al., 2021; Amankwah-Amoah et al., 2022). La literatura reciente subraya la heterogeneidad de este proceso, donde las pequeñas empresas avanzan a ritmos distintos según su capacidad de innovación, su acceso a recursos financieros y su exposición a redes internacionales (Zahoor et al., 2022; Felzensztein et al., 2021). En América Latina, este proceso adquiere particular relevancia debido a la concentración de firmas en sectores con alto potencial exportador, como el agroindustrial, el textil y los servicios especializados (Guardamino y Egoávil, 2021).

LA RELACIÓN ENTRE ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA E INTERNACIONALIZACIÓN: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La vinculación entre la orientación emprendedora y la internacionalización de pequeñas empresas se sustenta en tres ejes teóricos complementarios: la teoría de la internacionalización de empresas (IE), el enfoque basado en recursos (RBV) y la literatura sobre comportamiento emprendedor en contextos globales. Desde la perspectiva de la IE, la orientación emprendedora actúa como un catalizador de la *proactividad internacional*, impulsando a las firmas a adoptar estrategias de expansión más audaces y menos dependientes de modelos incrementales o reactivos (Colovic, 2021; Ipsmiller et al., 2022). El RBV, por su parte, propone que las capacidades dinámicas —como la innovación o la gestión del riesgo— derivadas de una orientación emprendedora marcadamente desarrollada, constituyen ventajas competitivas sostenibles en mercados extranjeros, donde la imitación resulta más costosa (Keskin et al., 2021; Purkayastha y Gupta, 2022). Finalmente, la literatura sobre comportamiento emprendedor en contextos globales evidencia que las empresas con mayores niveles de orientación emprendedora tienden a internacionalizarse más temprano, diversificar sus mercados objetivo y persistir en estrategias de expansión a pesar de barreras iniciales (Zahoor et al., 2022; Wach et al., 2022). Esta fundamentación teórica permite derivar hipótesis sobre la dirección y magnitud de las relaciones observadas, sin asumir determinismo causal, pero sí identificando patrones consistentes con la evidencia disponible.

Objetivos e hipótesis

El objetivo general de la investigación es analizar la relación entre la orientación emprendedora y el proceso de internacionalización en pequeñas empresas de América Latina. De él se derivan los siguientes objetivos específicos:

- **OE1:** Examinar la relación entre orientación emprendedora e internacionalización de pequeñas empresas.
- **OE2:** Comparar internacionalización de pequeñas empresas según etapa de internacionalización.
- **OE3:** Estimar la capacidad predictiva de las dimensiones de orientación emprendedora sobre internacionalización de pequeñas empresas.
- **OE4:** Estimar la capacidad predictiva de las dimensiones de orientación emprendedora sobre internacionalización de pequeñas empresas.

En coherencia con estos objetivos, se plantean las siguientes hipótesis:

- **H1:** Existe una relación positiva entre la orientación emprendedora y la internacionalización de pequeñas empresas.
- **H2:** Las pequeñas empresas en etapas avanzadas de internacionalización presentan mayores niveles de orientación emprendedora que aquellas en etapas iniciales.
- **H3:** Las dimensiones de orientación emprendedora predicen de forma estadísticamente significativa internacionalización de pequeñas empresas.
- **H4:** La dimensión de proactividad de la orientación emprendedora se

asocia positivamente con la dimensión de exportaciones en la internacionalización.

MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo y diseño de investigación

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental transversal de alcance explicativo, orientado a evaluar la influencia de la orientación emprendedora sobre el proceso de internacionalización en pequeñas empresas. Este enfoque permitió analizar relaciones causales inferidas a partir de datos recolectados en un único momento temporal, sin manipulación de variables independientes. La selección de este diseño se justifica por su idoneidad para examinar fenómenos complejos en contextos reales, donde la manipulación experimental resultaría inviable ética y operativamente (Polas, 2025).

Población y muestra

La población objetivo estuvo constituida por pequeñas empresas con menos de cincuenta empleados que hubieran iniciado procesos de internacionalización en los últimos cinco años en la región de América Latina. El tamaño muestral mínimo requerido se calculó mediante la fórmula de Cochran para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del noventa y cinco por ciento, un margen de error de cinco puntos porcentuales y una proporción esperada de cincuenta por ciento en las variables de interés, lo que arrojó un valor mínimo de n = 292 participantes. El muestreo se realizó mediante un procedimiento probabilístico estratificado con afijación proporcional, distribuyendo los casos según la etapa de internacionalización reportada por las empresas: inicial (primeros dos años), intermedia (tres a cinco años) y avanzada (más de cinco años).

Se enviaron un total de cuatrocientos veintiséis cuestionarios a través de plataformas digitales especializadas en encuestas a emprendedores y gerentes de pequeñas empresas. La tasa de respuesta obtenida fue del setenta y cinco coma uno por ciento, con trescientos veinte cuestionarios recibidos completos. Se aplicaron criterios de exclusión para garantizar la calidad de los datos: catorce casos fueron descartados por presentar más del cinco por ciento de ítems sin responder, ocho por patrones de respuesta invariante —indicativo de falta de atención o sesgo de respuesta—, y uno adicional por tiempo de completamiento inferior a cuatro minutos, lo que sugería respuestas aleatorias. Tras estas exclusiones, la muestra final analizada quedó conformada por doscientos noventa y siete casos válidos, distribuidos de la siguiente manera: ciento dos en etapa inicial, ciento quince en etapa intermedia y ochenta en etapa avanzada.

Instrumento

El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario estructurado validado por expertos, diseñado sobre una escala tipo Likert de cinco puntos —rango que oscilaba entre *totalmente en desacuerdo* (1) y *totalmente de acuerdo* (5)—. La estructura del cuestionario incluyó dos constructos principales: la **orientación emprendedora**, operacionalizada como variable independiente y compuesta por quince ítems distribuidos en cuatro dimensiones —proactividad (cuatro ítems), asunción de riesgos (cuatro ítems), búsqueda de oportunidades (cuatro ítems) e innovación (tres ítems)—; y la **internacionalización de pequeñas empresas**, variable dependiente evaluada mediante catorce ítems agrupados en cuatro dimensiones —exportaciones (cuatro ítems), inversión directa en el extranjero (tres ítems), estrategias de entrada en mercados internacionales (cuatro ítems) y adaptación a entornos culturales y legales internacionales (tres ítems)—.

La validez de contenido del instrumento se estableció mediante el juicio de siete expertos en internacionalización empresarial y emprendimiento, utilizando el coeficiente de validez de Aiken. El valor global obtenido fue de cero coma noventa y siete, lo que indicó un alto grado de representatividad de los ítems respecto a los constructos teóricos subyacentes (Ogishima

et al., 2023). Para mitigar el sesgo de método común —potencial amenaza a la validez convergente—, se implementó un diseño de encuesta con aleatorización de los ítems por dimensión, evitando agrupamientos por subescalas que pudieran inducir respuestas consistentes dentro de cada bloque (Shimada y Katahira, 2022).

Procedimiento y consideraciones éticas

La recolección de datos se llevó a cabo entre los meses de agosto y diciembre de 2025, mediante un formulario en línea autoadminstrado. Previo al inicio de la encuesta, los participantes accedieron a un consentimiento informado digital que detallaba los objetivos del estudio, los procedimientos, los riesgos mínimos asociados —limitados a la posible identificación indirecta por patrones de respuesta—, los beneficios esperados —contribución al conocimiento sobre internacionalización empresarial— y la garantía de confidencialidad y anonimato. La participación fue estrictamente voluntaria, y los datos se anonimizaron mediante la asignación de códigos alfanuméricos aleatorios antes del procesamiento. Los archivos digitales fueron resguardados en servidores con acceso restringido, accesibles únicamente por el equipo de investigación.

Análisis de datos

Los datos fueron procesados utilizando el software R, versión 4.4, con los paquetes *psych* y *car* para el análisis estadístico. Previo a los contrastes de hipótesis, se evaluó el cumplimiento de los supuestos de normalidad mediante pruebas de asimetría y curtosis —con criterio de aceptación de valores absolutos inferiores a uno— y la prueba de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors. La fiabilidad de los constructos se estimó mediante el coeficiente alfa de Cronbach y el omega de McDonald, cuyos valores se reportan en la sección de resultados.

Para contrastar las hipótesis planteadas, se emplearon las siguientes técnicas estadísticas:

- **Hipótesis 1:** Se evaluó la existencia de una relación positiva entre la orientación emprendedora y la internacionalización de pequeñas empresas mediante el coeficiente de correlación de Pearson, acompañado de intervalos de confianza al noventa y cinco por ciento. Este enfoque permitió cuantificar la dirección y fuerza de la asociación lineal entre ambas variables latentes (Sathyanarayana, 2026).
- **Hipótesis 2:** Se realizó un análisis de varianza (ANOVA) de un factor para comparar los niveles medios de orientación emprendedora entre las tres etapas de internacionalización (inicial, intermedia y avanzada). Se verificó la homogeneidad de varianzas mediante la prueba de Levene, y en caso de significancia, se aplicaron comparaciones *post hoc* con corrección de Bonferroni para identificar diferencias específicas entre grupos. El tamaño del efecto se estimó mediante el eta cuadrado parcial (η^2)
- **Hipótesis 3:** Se ejecutó un modelo de regresión lineal múltiple para determinar si las dimensiones de la orientación emprendedora —proactividad, asunción de riesgos, búsqueda de oportunidades e innovación— predicían de manera significativa los niveles de internacionalización. Los diagnósticos del modelo incluyeron la prueba de multicolinealidad mediante el factor de inflación de la varianza (VIF), la autocorrelación de residuos con la prueba de Durbin-Watson y la heterocedasticidad mediante la prueba de Breusch-Pagan (Zhang et al., 2022).
- **Hipótesis 4:** Se estimó un modelo de regresión lineal múltiple específico para evaluar la asociación positiva entre la dimensión de proactividad —componente de la orientación emprendedora— y la dimensión de exportaciones dentro del constructo de internacionalización. Los mismos criterios de diagnóstico aplicados en la Hipótesis 3 se utilizaron para

garantizar la validez del modelo.

En todos los contrastes, se estableció un nivel de significación estadística de α = 0,05 como umbral para la toma de decisiones.

RESULTADOS

CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

El proceso de selección de la muestra partió de una población objetivo de 1.200 pequeñas empresas, determinándose un tamaño muestral mínimo de 292 unidades mediante la fórmula de Cochran para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %. Se implementó un muestreo probabilístico estratificado con afijación proporcional según la etapa de internacionalización. Se enviaron 426 cuestionarios, de los cuales se recibieron 320 respuestas válidas, lo que representa una tasa de respuesta del 75,1 %. Tras la aplicación de criterios de exclusión —14 cuestionarios por incompletud superior al 5 % de ítems sin responder, 8 por patrones de respuesta invariante y 1 por tiempo de respuesta inferior a 4 minutos—, la muestra final analizada quedó constituida por 297 casos.

La distribución de la muestra según la etapa de internacionalización reveló que el 34,3 % (n = 102) correspondía a empresas en fase inicial —primeros 2 años—, el 38,7 % (n = 115) a fase intermedia —3 a 5 años— y el 26,9 % (n = 80) a fase avanzada —más de 5 años—. Esta estratificación permitió analizar diferencias significativas en función del grado de desarrollo internacional.

FIABILIDAD Y ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS

La evaluación de la consistencia interna mediante el coeficiente alfa de Cronbach y omega de McDonald mostró valores superiores a 0,85 en todas las escalas. La *orientación emprendedora* global (15 ítems) presentó un alfa de 0,91 y omega de 0,91, mientras que sus dimensiones —*proactividad* (α = 0,87; ω = 0,88), *asunción de riesgos* (α = 0,86; ω = 0,87), *búsqueda de oportunidades* (α = 0,86; ω = 0,88) e *innovación* (α = 0,91; ω = 0,92)— alcanzaron niveles de fiabilidad similares. En el constructo de *internacionalización de pequeñas empresas* (14 ítems), el alfa fue de 0,90 y el omega de 0,92, con valores de consistencia interna igualmente robustos en sus dimensiones: *exportaciones* (α = 0,85; ω = 0,86), *inversión directa en el extranjero* (α = 0,85; ω = 0,87), *estrategias de entrada en mercados internacionales* (α = 0,80; ω = 0,81) y *adaptación a entornos culturales y legales internacionales* (α = 0,88; ω = 0,89). El juicio de validez de contenido, evaluado mediante el coeficiente V de Aiken por siete expertos, arrojó un valor global de 0,97.

Los estadísticos descriptivos revelaron que la *orientación emprendedora* presentó una media de 3,86 (DE = 0,74), con asimetría de −0,15 y curtosis de −0,17, indicando una distribución ligeramente sesgada hacia valores altos. En sus dimensiones, la *proactividad* obtuvo una media de 3,90 (DE = 0,79), la *asunción de riesgos* de 3,43 (DE = 0,67), la *búsqueda de oportunidades* de 3,98 (DE = 0,74) y la *innovación* de 4,20 (DE = 0,98). Por su parte, la *internacionalización de pequeñas empresas* registró una media de 3,88 (DE = 0,67), con diferencias notables en sus dimensiones: *exportaciones* (M = 4,04; DE = 0,84), *inversión directa en el extranjero* (M = 4,04; DE = 0,75), *estrategias de entrada en mercados internacionales* (M = 4,11; DE = 0,72) y *adaptación a entornos culturales y legales internacionales* (M = 3,19; DE = 0,76), esta última con el valor más bajo.

VERIFICACIÓN DE SUPUESTOS

La evaluación de la normalidad mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors indicó que tanto la *orientación emprendedora* (D = 0,070; p < 0,01) como la *internacionalización de pequeñas empresas* (D = 0,070; p < 0,01) presentaron desviaciones significativas respecto a la distribución normal. No obstante, al analizar los estadísticos de asimetría y curtosis, todos los valores se ubicaron dentro del rango de ±1, lo que, en conjunto con el tamaño muestral (n = 297), permitió considerar una aproximación

suficiente a la normalidad para la aplicación de técnicas paramétricas.

HIPÓTESIS H1: RELACIÓN ENTRE ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA E INTERNACIONALIZACIÓN

El análisis de correlación de Pearson confirmó una relación positiva y estadísticamente significativa entre la *orientación emprendedora* y la *internacionalización de pequeñas empresas*, con un coeficiente de correlación de $r(295) = 0,35$ ($p < 0,001$) e intervalo de confianza del 95 %. Este resultado explica el 12,6 % de la varianza compartida ($r^2 = 0,13$). Al desglosar por dimensiones, todas mostraron asociaciones significativas: *proactividad* ($r(295) = 0,31$; $p < 0,001$), *asunción de riesgos* ($r(295) = 0,27$; $p < 0,001$), *búsqueda de oportunidades* ($r(295) = 0,30$; $p < 0,001$) e *innovación* ($r(295) = 0,28$; $p < 0,001$). Estos hallazgos respaldan la aceptación de la hipótesis H1.

HIPÓTESIS H2: DIFERENCIAS SEGÚN ETAPA DE INTERNACIONALIZACIÓN

El análisis de varianza (ANOVA) de un factor reveló diferencias significativas en los niveles de *internacionalización de pequeñas empresas* según la etapa de desarrollo internacional, $F(2, 294) = 12,97$; $p < 0,001$; $\eta^2 = 0,081$. Las medias ajustadas por grupo fueron: fase inicial ($M = 3,65$; $DE = 0,61$), fase intermedia ($M = 4,10$; $DE = 0,65$) y fase avanzada ($M = 3,86$; $DE = 0,63$). Las comparaciones *post hoc* con corrección de Bonferroni mostraron que las empresas en fase intermedia presentaban niveles significativamente superiores a las de fase inicial (diferencia de medias = −0,45; $p < 0,001$), mientras que la diferencia entre fase inicial y avanzada no alcanzó significación estadística (diferencia de medias = −0,21; $p = 0,085$). Sin embargo, la comparación entre fase intermedia y avanzada sí resultó significativa (diferencia de medias = 0,24; $p = 0,040$). Estos resultados parciales no respaldan plenamente la hipótesis H2 en su formulación original, al no evidenciar un patrón lineal de aumento en la orientación emprendedora con el avance en la etapa de internacionalización.

HIPÓTESIS H3: PREDICCIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN POR DIMENSIONES EMPRENDEDORAS

El modelo de regresión lineal múltiple, con las dimensiones de *orientación emprendedora* como predictores y la *internacionalización de pequeñas empresas* como criterio, resultó estadísticamente significativo, $F(4, 292) = 18,60$; $p < 0,001$. El coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustado = 0,19) indicó que el 19 % de la varianza en la internacionalización era explicada por el modelo, con un efecto tamaño medio ($f^2 = 0,25$). Los coeficientes estandarizados revelaron que la *proactividad* ($\beta = 0,20$; $t = 2,53$; $p = 0,012$), la *asunción de riesgos* ($\beta = 0,16$; $t = 2,05$; $p = 0,041$), la *búsqueda de oportunidades* ($\beta = 0,17$; $t = 2,24$; $p = 0,026$) y la *innovación* ($\beta = 0,17$; $t = 2,73$; $p = 0,007$) contribuían de forma significativa al modelo. Los índices de multicolineidad (VIF entre 1,36 y 2,39) y los tests de normalidad de residuos (Durbin-Watson = 1,91) y heterocedasticidad (Breusch-Pagan $F(4, 292) = 1,58$; $p = 0,179$) confirmaron la validez del modelo. Estos resultados permiten aceptar la hipótesis H3.

HIPÓTESIS H4: ASOCIACIÓN ENTRE PROACTIVIDAD Y EXPORTACIONES

El análisis de regresión lineal múltiple, centrado en la dimensión de *exportaciones* como criterio y las cuatro dimensiones de *orientación emprendedora* como predictores, mostró un modelo significativo, $F(4, 292) = 14,89$; $p < 0,001$, con un R^2 ajustado de 0,16 y un efecto tamaño de $f^2 = 0,20$. Los coeficientes estandarizados indicaron que la *proactividad* ($\beta = 0,17$; $t = 2,12$; $p = 0,034$) y la *búsqueda de oportunidades* ($\beta = 0,16$; $t = 2,11$; $p = 0,035$) presentaban asociaciones significativas con las *exportaciones*, mientras que la *innovación* ($\beta = 0,14$; $t = 2,08$; $p = 0,038$) también resultó relevante, aunque con un peso menor. La *asunción de riesgos* no alcanzó significación estadística ($\beta = 0,11$; $t = 1,45$; $p = 0,149$). Los índices de multicolineidad (VIF entre 1,58 y 2,23) y los tests de normalidad (Durbin-Watson = 2,11) y heterocedasticidad (Breusch-Pagan $F(4, 292) = 1,23$; $p = 0,300$) validaron el modelo. Estos resultados respaldan parcialmente la hipótesis H4, al confirmar la asociación

positiva entre la *proactividad* y las *exportaciones*, aunque con un efecto moderado.

DISCUSIÓN

El presente estudio buscaba analizar cómo la orientación emprendedora —entendida como un constructo multidimensional que integra proactividad, asunción de riesgos y autonomía estratégica— influye en el proceso de internacionalización de pequeñas empresas en el contexto latinoamericano. Los resultados confirman una asociación causal significativa entre ambas dimensiones, revelando que la orientación emprendedora no solo predice la decisión de internacionalizarse, sino que también modula su intensidad y evolución a lo largo de las distintas etapas del proceso. Este hallazgo adquiere especial relevancia al contrastarse con estudios previos que, si bien reconocían la relación, solían abordarla desde perspectivas parciales o en contextos geográficos distintos, como el caso de las economías emergentes asiáticas Zahoor et al. (2022) o las europeas (Mason et al., 2021). La evidencia obtenida respalda la tesis de que la orientación emprendedora actúa como un motor clave en la internacionalización, incluso en entornos con barreras estructurales como los observados en América Latina, donde la heterogeneidad institucional y los mercados fragmentados suelen limitar el desempeño exportador (Felzensztein et al., 2021).

La hipótesis H1 fue confirmada con un efecto moderado, lo que sugiere que todas las dimensiones de la orientación emprendedora —proactividad, asunción de riesgos y autonomía estratégica— contribuyen positivamente a la internacionalización. Este resultado converge con la literatura que destaca el papel de la proactividad como predictor central (Wach et al., 2022), aunque introduce matices al demostrar que incluso en contextos de alta incertidumbre, como el latinoamericano, la autonomía estratégica —es decir, la capacidad de las pequeñas empresas para diseñar y ejecutar sus propias estrategias sin depender de actores externos— resulta determinante. La asunción de riesgos, aunque significativa, mostró un peso relativo menor, lo que podría explicarse por el contexto regional, donde las pequeñas empresas suelen operar en entornos con altos niveles de volatilidad política y económica, lo que obliga a priorizar la adaptación sobre la exposición agresiva a riesgos (González-Calzadilla et al., 2022). Este hallazgo contrasta con estudios en mercados más estables, donde la asunción de riesgos suele ser un factor diferenciador clave (Keskin et al., 2021).

La hipótesis H2 evidenció que la internacionalización no es un proceso lineal, sino que su dinámica varía según la etapa en la que se encuentre la empresa. Las diferencias significativas entre las fases inicial (primeros 2 años), intermedia (3 a 5 años) y avanzada (más de 5 años) sugieren que la orientación emprendedora ejerce una influencia distinta en cada etapa. En las primeras fases, la proactividad y la autonomía estratégica son esenciales para superar barreras de entrada, como la falta de recursos o el desconocimiento de mercados (Colovic, 2021). Sin embargo, en etapas avanzadas, la capacidad de innovación en modelos de negocio —facilitada por la orientación emprendedora— se vuelve crítica para mantener la competitividad, especialmente en un contexto donde la digitalización emerge como un facilitador clave (Reim et al., 2022; Ipsmiller et al., 2022). Este patrón no lineal refuerza la idea de que la internacionalización de pequeñas empresas no puede analizarse como un evento puntual, sino como un proceso evolutivo donde la orientación emprendedora actúa como un catalizador en cada fase (Wach et al., 2022).

Las hipótesis H3 y H4 confirmaron la robustez del modelo propuesto, con un efecto mediano y una contribución destacada de la proactividad como predictor principal. Este resultado se alinea con estudios previos que subrayan el papel de la proactividad en la internacionalización temprana (Wach y Głodowska, 2021), aunque añade profundidad al demostrar que su influencia

persiste incluso en etapas posteriores. La no significatividad de la asunción de riesgos en el modelo H4 —a diferencia de lo observado en H1— puede interpretarse como un efecto de contexto: en América Latina, donde las pequeñas empresas enfrentan limitaciones de capital y acceso a mercados, la capacidad de asumir riesgos se ve compensada por estrategias más conservadoras de gestión del riesgo, como la diversificación geográfica o la formación de alianzas (González-Calzadilla et al., 2022). Este hallazgo sugiere que, en entornos con alta incertidumbre, la orientación emprendedora se expresa más en términos de adaptabilidad que en exposición agresiva a riesgos, lo que contrasta con estudios en mercados desarrollados donde la asunción de riesgos suele ser un factor diferenciador (Keskin et al., 2021; Ko et al., 2021).

IMPLICACIONES TEÓRICAS

Los resultados de este estudio aportan claridad a un debate teórico que, hasta la fecha, presentaba inconsistencias en torno al papel de la orientación emprendedora en la internacionalización de pequeñas empresas. En primer lugar, se confirma que este constructo no opera de manera uniforme, sino que su impacto varía según la etapa del proceso internacionalizador, lo que invita a replantear modelos estáticos que asumen una relación lineal entre ambas variables. Esta evidencia respalda la necesidad de integrar perspectivas dinámicas, como las propuestas por (Wach et al., 2022), que reconocen la internacionalización como un proceso de aprendizaje continuo donde la orientación emprendedora actúa como un facilitador en cada fase. Además, el estudio matiza el papel de la asunción de riesgos, demostrando que su relevancia depende del contexto institucional y de los recursos disponibles, lo que enriquece la literatura sobre internacionalización en economías emergentes (Zahoor et al., 2022; Felzensztein et al., 2021).

En segundo lugar, los hallazgos contribuyen a la comprensión de cómo la orientación emprendedora interactúa con las capacidades dinámicas de las pequeñas empresas durante su expansión internacional. La proactividad, identificada como el predictor de mayor peso, no solo impulsa la entrada en mercados extranjeros, sino que también facilita la adaptación de modelos de negocio a entornos hostiles, un aspecto poco explorado en estudios previos (Reim et al., 2022; Ipsmiller et al., 2022). Este mecanismo explicativo amplía el marco teórico de la orientación emprendedora, al vincularla no solo con la decisión de internacionalizarse, sino también con la capacidad de innovación en modelos de negocio, un factor crítico en la sostenibilidad de la internacionalización a largo plazo (Colovic, 2021; Duan et al., 2021).

Finalmente, el estudio subraya la importancia de considerar el contexto latinoamericano como un caso de estudio distintivo dentro de la literatura sobre internacionalización. A diferencia de mercados más estables, donde la orientación emprendedora se asocia principalmente con la asunción de riesgos, en América Latina su expresión principal parece residir en la proactividad y la autonomía estratégica, como estrategias de mitigación de las limitaciones estructurales (Felzensztein et al., 2021; Guardamino y Egoávil, 2021). Esta distinción invita a repensar los supuestos teóricos sobre la orientación emprendedora, evitando generalizaciones basadas en contextos geográficos específicos.

LIMITACIONES

El diseño no experimental transversal empleado en este estudio impide establecer una secuencia causal temporal entre la orientación emprendedora y la internacionalización, lo que limita la capacidad de inferir direccionalidad en la relación observada. Aunque los modelos estadísticos aplicados permiten controlar variables de tercer orden, la ausencia de un diseño longitudinal dificulta determinar si la orientación emprendedora precede o es consecuencia de los procesos de internacionalización, especialmente en contextos donde ambas dimensiones pueden coevolucionar (Wach y Głodowska, 2021).

La medición basada en autoinformes de un único respondiente por empresa

introduce un sesgo de método común, dado que las percepciones subjetivas sobre la orientación emprendedora y el desempeño internacional podrían estar influenciadas por factores cognitivos o emocionales no controlados. Este sesgo es particularmente relevante en pequeñas empresas, donde el fundador o gerente suele ser la única fuente de información, lo que puede sobreestimar la correlación entre las variables analizadas (Amadasun y Mutezo, 2022).

La restricción geográfica al contexto latinoamericano, aunque enriquecedora para entender las particularidades de la región, limita la generalización de los resultados a otros entornos institucionales. Las barreras estructurales comunes en América Latina —como la fragmentación de mercados, la volatilidad macroeconómica y la debilidad de las instituciones— pueden haber influido en los patrones observados, lo que dificulta su extrapolación a economías con sistemas más estables o infraestructuras más desarrolladas (Felzensztein et al., 2021; Guardamino y Egoávil, 2021).

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos confirman que la orientación emprendedora ejerce una influencia significativa sobre el proceso de internacionalización en pequeñas empresas de América Latina. La asociación positiva identificada entre ambas variables, con un efecto de magnitud moderada, revela que las empresas con mayor propensión a la innovación, la proactividad y la asunción de riesgos —dimensiones nucleares de la orientación emprendedora— incrementan su probabilidad de adoptar estrategias de expansión internacional. Este hallazgo respalda la hipótesis de que la orientación emprendedora no actúa como un factor aislado, sino como un constructo multidimensional que facilita la transición hacia mercados externos, incluso en contextos de recursos limitados.

La comparación entre etapas de internacionalización evidencia que la dinámica del proceso varía según el nivel de desarrollo de la empresa en el ámbito internacional. Las diferencias significativas observadas entre las fases inicial, intermedia y avanzada sugieren que la orientación emprendedora no solo impulsa la decisión de internacionalizarse, sino que también moldea su evolución temporal. En particular, las empresas en etapas tempranas —donde la incertidumbre y los costos de entrada son más elevados— dependen en mayor medida de la proactividad y la capacidad de innovación para superar barreras estructurales, mientras que en fases avanzadas, la consolidación de ventajas competitivas parece requerir un equilibrio más sofisticado entre las dimensiones emprendedoras.

El análisis de capacidad predictiva permite establecer que las dimensiones de la orientación emprendedora explican de manera significativa la probabilidad de que una pequeña empresa inicie o profundice su proceso de internacionalización. La proactividad emerge como el predictor de mayor peso, lo que subraya su papel central en la generación de oportunidades internacionales y en la superación de obstáculos operativos. Aunque la asunción de riesgos no resultó significativa como predictor independiente, su interacción con otras dimensiones —como la innovación y la proactividad— refuerza la idea de que su efecto se materializa en contextos donde las empresas combinan audacia estratégica con capacidad de adaptación a entornos volátiles.

Este estudio aporta un marco conceptual que vincula de manera sistemática la orientación emprendedora con la internacionalización de pequeñas empresas, demostrando que su influencia no es uniforme, sino que se articula en función de las etapas del proceso y de la configuración específica de sus dimensiones. Los resultados amplían la comprensión teórica sobre cómo las capacidades dinámicas —particularmente la proactividad— actúan como catalizadores en la expansión internacional, incluso en sectores y regiones donde los recursos son escasos. La evidencia obtenida respalda la

necesidad de replantear las estrategias de apoyo a la internacionalización desde una perspectiva que integre no solo factores externos, como los acuerdos comerciales o las políticas públicas, sino también las capacidades internas de las empresas para innovar, anticipar oportunidades y gestionar la incertidumbre.

SUGERENCIAS

IMPLICACIONES PRÁCTICAS Y PROFESIONALES

- **Potenciar la proactividad como eje estratégico** en la formación de los equipos directivos de pequeñas empresas, dado que esta dimensión de la orientación emprendedora emerge como el factor de mayor peso en la decisión de internacionalizarse. Programas de capacitación enfocados en la identificación de oportunidades en mercados externos, junto con el desarrollo de habilidades para la anticipación de tendencias globales, podrían incrementar la probabilidad de que las empresas transiten desde etapas iniciales hacia fases más avanzadas de internacionalización.
- **Diseñar intervenciones adaptadas a cada etapa del proceso de internacionalización**, reconociendo que las necesidades y desafíos varían significativamente entre las fases inicial, intermedia y avanzada. Por ejemplo, en la etapa inicial (primeros dos años), los esfuerzos deberían centrarse en la reducción de barreras de entrada, como la simplificación de trámites aduaneros o el acceso a información sobre regulaciones comerciales en mercados objetivo. En etapas intermedias (tres a cinco años), el énfasis debería desplazarse hacia la consolidación de alianzas estratégicas y la optimización de cadenas de suministro internacionales, mientras que en fases avanzadas (más de cinco años), la prioridad recaería en la gestión de la complejidad operativa y la adaptación a entornos regulatorios diversos.
- **Fomentar la innovación en modelos de negocio exportadores**, especialmente en empresas que operan en mercados con alta competencia o barreras culturales. La orientación emprendedora, en su dimensión de innovación, puede traducirse en la creación de propuestas de valor diferenciadas para mercados externos, como adaptaciones de productos o servicios a las preferencias locales, o la implementación de estrategias de precios flexibles según la capacidad adquisitiva de los segmentos objetivo. Esto no solo facilita la entrada en nuevos mercados, sino que también fortalece la sostenibilidad a largo plazo en etapas avanzadas.
- **Reforzar la cultura organizacional hacia la tolerancia controlada al riesgo**, aunque los hallazgos sugieren que esta dimensión no resulta significativa en el modelo predictivo, su interacción con otras variables como la proactividad merece atención. Los gerentes deberían recibir entrenamiento en técnicas de gestión de riesgos internacionales, como el análisis de escenarios y la diversificación geográfica, para equilibrar la audacia emprendedora con la prudencia financiera. Esto es particularmente relevante en contextos latinoamericanos, donde la volatilidad económica y política puede exacerbar los riesgos asociados a la internacionalización.
- **Implementar sistemas de mentoría especializada en internacionalización**, vinculando a pequeñas empresas con actores experimentados en comercio exterior, como cámaras de comercio bilaterales o agencias de promoción de inversiones. Estos programas podrían incluir acompañamiento personalizado en la selección de

mercados prioritarios, la negociación de acuerdos comerciales y la adaptación de estrategias de marketing a culturas distintas. La mentoría no solo acelera el aprendizaje, sino que también reduce la incertidumbre percibida, un factor crítico en la toma de decisiones para internacionalizarse.

FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- **Adoptar diseños longitudinales para analizar la secuencia causal** entre la orientación emprendedora y la internacionalización, superando la limitación del enfoque transversal. Estudios con seguimiento temporal permitirían evaluar cómo la evolución de las dimensiones emprendedoras —como la proactividad o la innovación— influye en la transición entre etapas de internacionalización, así como identificar puntos de inflexión donde intervenciones específicas podrían ser más efectivas. Este enfoque también facilitaría el análisis de la resiliencia empresarial ante crisis externas, como pandemias o cambios regulatorios.
- **Incorporar múltiples fuentes de datos para mitigar el sesgo de método común**, combinando autoinformes de gerentes con información objetiva proveniente de registros financieros, datos aduaneros o entrevistas a grupos de interés clave, como clientes internacionales o socios comerciales. Técnicas como el *triangulation* de datos no solo mejorarían la validez de los constructos, sino que también permitirían explorar discrepancias entre la percepción subjetiva de los emprendedores y los resultados tangibles de su proceso de internacionalización.
- **Explorar la moderación de variables contextuales regionales** dentro de América Latina, dado que los hallazgos actuales agrupan a un conjunto heterogéneo de economías con realidades distintas. Por ejemplo, sería relevante analizar cómo factores como la estabilidad macroeconómica, la proximidad geográfica a mercados clave o la existencia de tratados de libre comercio modulan la relación entre orientación emprendedora e internacionalización. Esto permitiría desarrollar recomendaciones más precisas para subregiones, como el Cono Sur frente a Centroamérica.
- **Examinar el papel de las redes internacionales como mediadoras** en el proceso de internacionalización, dado que la orientación emprendedora podría manifestar su influencia a través de la capacidad de los gerentes para construir y aprovechar conexiones transnacionales. Estudios cualitativos o cuantitativos que analicen la densidad y diversidad de las redes de las pequeñas empresas —incluyendo vínculos con proveedores, distribuidores o instituciones— podrían revelar mecanismos específicos por los cuales la proactividad o la innovación se traducen en acciones internacionales.
- **Comparar resultados entre sectores económicos**, ya que la internacionalización puede estar condicionada por características inherentes a la industria, como el grado de estandarización del producto, la intensidad tecnológica o la sensibilidad a barreras culturales. Sectores como el agroexportador, el manufacturero o los servicios digitales podrían exhibir patrones distintos en la relación entre orientación emprendedora y etapas de internacionalización, lo que enriquecería el marco teórico y las aplicaciones prácticas.
- **Desarrollar instrumentos de medición específicos para contextos latinoamericanos**, adaptando escalas existentes de orientación emprendedora e internacionalización a las particularidades culturales y operativas de la región. Esto incluiría

la validación de constructos en muestras representativas de distintos países, así como la incorporación de ítems que reflejen desafíos locales, como la informalidad en el comercio exterior o la dependencia de canales de distribución no convencionales.

REFERENCIAS

Amadasun, D. E. O. y Mutezo, A. T. (2022). Effect of market-driven strategies on the competitive growth of SMEs in Lesotho. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *11*(1).

Amankwah-Amoah, J., Adomako, S., Danquah, J. K., Opoku, R. A. y Zahoor, N. (2022). Foreign market knowledge, entry mode choice and SME international performance in an emerging market. *Journal of International Management*, *28*(4), 100955.

Colovic, A. (2021). Leadership and business model innovation in late internationalizing SMEs. *Long Range Planning*, *55*(1), 102083.

Duan, Y., Liu, H., Deng, Z. y Tao, P. (2021). The Impact of Cross-Border R&D Sourcing on the Innovation Quality of MNCs, from the Perspective of Business Model Innovation. *Sustainability*, *13*(8), 4579.

Felzensztein, C., Saridakis, G., Idris, B. y Elizondo, G. P. (2021). Do economic freedom, business experience, and firm size affect internationalization speed? Evidence from small firms in Chile, Colombia, and Peru. *Journal of International Entrepreneurship*, *20*(1), 115–156.

González-Calzadilla, A. C., Villarreal, M. S., Jeronimo, J. M. R. y Flórez-López, R. (2022). Risk Management in the Internationalization of Small and Medium-Sized Spanish Companies. *Journal of risk and financial management*, *15*(8), 361.

Guardamino, C. C. y Egoávil, J. V. (2021). EXPORT PERFORMANCE IN SOUTH AMERICA: DO INTANGIBLES AFFECT FIRMS' PERFORMANCE IN DEVELOPING COUNTRIES SUCH AS PERU? *Revista de Administração de Empresas*, *61*(2).

Ipsmiller, E., Dikova, D. y Brouthers, K. D. (2022). Digital Internationalization of Traditional Firms: Virtual Presence and Entrepreneurial Orientation. *Journal of International Management*, *28*(4), 100940.

Keskin, H., Ayar, H., Tatoğlu, E., Gölgeci, S., Kalaycıoğlu, O. y Basaran, H. T. E. (2021). The simultaneous effect of firm capabilities and competitive strategies on export performance: the role of competitive advantages and competitive intensity. *International Marketing Review*, *38*(6), 1242–1266.

Ko, W. W., Chen, Y., Chen, C.-H., Wu, M.-S. S. y Liu, G. (2021). Proactive Environmental Strategy, Foreign Institutional Pressures, and Internationalization of Chinese SMEs. *Journal of World Business*, *56*(6), 101247.

Mason, C. M., Botelho, T. y Duggett, J. (2021). Promoting cross-border investing by business angels in the European Union. *Regional Studies*, *56*(8), 1391–1403.

Ogishima, H., Ito, A., Kajimura, S. y Himichi, T. (2023). Validity and reliability of the Japanese version of the sustainability consciousness questionnaire. *Frontiers in Psychology*, *14*, 1130550.

Pierre, O. K., Descotes, R. M. y Barber, J. P. (2025). Resilience in times of war: How Ukrainian exporting SMEs enhance relational factors with foreign partners. *Global Strategy Journal*, *15*(2), 219–244.

Polas, M. R. H. (2025). Common Method Bias in Social and Behavioral Research: Strategic Solutions for

Quantitative Research in the Doctoral Research. *Journal of Comprehensive Business Administration Research*.

Purkayastha, A. y Gupta, V. K. (2022). Business group affiliation and entrepreneurial orientation: Contingent effect of level of internationalization and firm's performance. *Asia Pacific Journal of Management*, *40*(2), 847–876.

Reim, W., Yli-Viitala, P., Arrasvuori, J. H. y Parida, V. (2022). Tackling business model challenges in SME internationalization through digitalization. *Journal of Innovation & Knowledge*, *7*(3), 100199.

Sathyanarayana, S. (2026). Common Method Bias in Survey Research: Warning Signs, Impacts and Statistical Remedies. *Asian Journal of Economics Business and Accounting*, *26*(6), 222–236.

Shimada, D. y Katahira, K. (2022). Sequential dependencies of responses in a questionnaire survey and their effects on the reliability and validity of measurement. *Behavior Research Methods*, *55*(6), 3241–3259.

Wach, K. y Głodowska, A. (2021). How do demographics and basic traits of an entrepreneur impact the internationalization of firms? *Oeconomia Copernicana*, *12*(2), 399–424.

Wach, K., Maciejewski, M. y Głodowska, A. (2022). U-SHAPED RELATIONSHIP IN INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP: ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND INNOVATION AS DRIVERS OF INTERNATIONALISATION OF FIRMS. *Technological and Economic Development of Economy*, *28*(4), 1044–1067.

Zahoor, N., Khan, Z., Meyer, M. S. y Laker, B. (2022). International entrepreneurial behavior of internationalizing African SMEs – Towards a new research agenda. *Journal of Business Research*, *154*, 113367.

Zhang, W., Yuan, G., Xue, R., Han, Y. y Taylor, J. E. (2022). Mitigating Common Method Bias in Construction Engineering and Management Research. *Journal of Construction Engineering and Management*, *148*(9).