

24 - 26 | Noviembre 2021 | Madrid  
XLVI Reunión de Estudios Regionales

## International Conference on Regional Science

Ciudades llenas, territorios vacíos

Universidad Autónoma de Madrid



Sesiones de Jóvenes Investigadores

## RESUMEN

**Título:** Intención emprendedora de las PYMEs españolas hacia China: un análisis desde el enfoque de redes

**Autores y e-mail de todos ellos:**

Yang, Yang ([terryyangeg@gmail.com](mailto:terryyangeg@gmail.com))

Rosario Andreu ([rosario.andreu@ua.es](mailto:rosario.andreu@ua.es))

Laura Rienda ([laura.rienda@ua.es](mailto:laura.rienda@ua.es))

**Departamento:** Organización de Empresas

**Universidad:** Universidad de Alicante

**Institución pública o privada:** Pública

**Área Temática:** Sesión especial de Jóvenes Investigadores

**Nota:** Este documento se propone para las sesiones de presentación del PROGRAMA ESPECIAL PARA NUEVOS INVESTIGADORES.

**Resumen:** *(máximo 300 palabras- una página)*

Para los emprendedores españoles, China es un mercado atractivo por su inmenso potencial comercial y su crecimiento económico constante. A medida que avanza la iniciativa de la Nueva Ruta de la Seda (NRS) china, los empresarios españoles pueden ver modificada su intención de internacionalizarse hacia este país. Esta intención de internacionalizarse depende de diferentes factores, entre ellos, de las percepciones de los empresarios, que pueden venir condicionadas por su participación o pertenencia a diferentes redes sociales.

Por este motivo, en el presente trabajo tratamos de abordar, desde la perspectiva de las redes sociales, la intención de internacionalización de las PYMEs españolas hacia China.

Para ello, a partir de la revisión de la literatura sobre las teorías de la intención emprendedora, las teorías de internacionalización empresarial y la teoría de las redes sociales, propondremos un modelo conceptual para su futuro análisis.

24 - 26 | Noviembre 2021 | Madrid  
XLVI Reunión de Estudios Regionales

## International Conference on Regional Science

Ciudades llenas, territorios vacíos

Universidad Autónoma de Madrid



La principal aportación de nuestro trabajo es presentar un modelo integrador para el caso de las PYMEs españolas en el que se recoge la influencia de las redes de la empresa (distinguiendo entre la red de gobierno, red de clúster, de intermediarios, red interna y red social básica) en la percepción del emprendedor, actuando esta a su vez como variable mediadora de la intención de internacionalizarse hacia China, un mercado con un enorme potencial. Además, también se analizan las características personales del emprendedor como posible variable moderadora de la percepción emprendedora.

Dentro del contexto de la NRS, es de esperar que las comunicaciones y la cooperación entre China y España aumenten, facilitando así las operaciones comerciales de los empresarios españoles en China. Comprender cómo influyen las diferentes redes de los empresarios a la hora de establecer operaciones en el exterior puede servir para que los gobiernos ajusten sus estrategias a la hora de impulsar la internacionalización de las empresas.

**Para facilitar la presentación, se recomienda el formato de póster. Debe entregar el póster cuando llegue a la recepción del congreso.**