

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**Internacionalización de PYMES en Economías Emergentes: Latinoamérica**

Trabajo de Grado

Presentado por:

Sergio Andrés Cano Parada

Bogotá, D.C.  
18 de noviembre de 2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**Internacionalización de PYMES en Economías Emergentes: Latinoamérica**

Trabajo de Grado

Presentado por:

Sergio Andrés Cano Parada

Bajo la dirección de:

Alejandra Pulido López

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.  
18 de noviembre de 2022

### **Declaración de originalidad y autonomía**

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito la Revisión de literatura titulada “Internacionalización de PYMES en Economías Emergentes: Latinoamérica”, en opción de grado de Asistente de Investigación III y que por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que esta Revisión no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Sergio Andrés Cano Parada

### **Declaración de exoneración de responsabilidad**

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Sergio Andrés Cano Parada

## Tabla de Contenido

<b>Declaración de originalidad y autonomía.....</b>	<b>3</b>
<b>Declaración de exoneración de responsabilidad .....</b>	<b>4</b>
<b>Glosario .....</b>	<b>6</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>7</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>8</b>
<b>1. Introducción .....</b>	<b>9</b>
<b>2. Revisión de literatura .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1. Metodología.....</b>	<b>10</b>
<b>2.2. Análisis de datos y hallazgos.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2.1. Conceptos .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2.2. Participantes .....</b>	<b>15</b>
<b>3. Implicaciones prácticas/conclusiones.....</b>	<b>22</b>
<b>4. Referencias bibliográficas.....</b>	<b>25</b>

## Glosario

**Crecimiento económico:** incremento general del PIB de un país, normalmente medido en el periodo de un año, puede ser medido en términos nominales o reales. (Reserve Bank of Australia, s.f.)

**Economías emergentes:** País con una renta per cápita media y con un crecimiento económico que apunta a un avance de su economía. (Real Academia Española, s.f.)

**Globalización:** Integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros, mediante el uso y el desarrollo innovador de nuevas tecnologías que permiten minimizar tiempos de espera. (Fondo Monetario Internacional, 2000)

**Innovaciones tecnológicas:** Proceso por el cual las empresas deben reinvertir en su negocio para mejorar sus procesos internos y ser más productivas con la creación de competencias y procesos sistemáticos. (García, F., 2012)

**PYMES:** referencia a las pequeñas y medianas empresas que poseen activos que encajan dentro de un rango específico (dependiendo del país), adicionalmente deben tener entre 1 y 250 empleados. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019).

## Resumen

Se pretende analizar e identificar la serie de mecanismos y recursos que emplean las PYMES latinoamericanas para lograr un proceso efectivo de internacionalización. A raíz de esto, se investiga a fondo sobre el contexto que rodea a estas empresas en sus economías emergentes para así determinar los impedimentos o las barreras que estos países tienen para su industria productora. Siendo así, las compañías deben recurrir a otros métodos de expansión y crecimiento comercial para llegar a los anhelados mercados extranjeros como lo son las innovaciones tecnológicas, inversiones a nivel de capital dentro de la empresa y creación de grupos económicos. Aunque estas sean herramientas para lograr dicha expansión, el estudio revela que por más de que se pretenda generalizar la información de acuerdo con la creación de modelos estadísticos y económicos, es altamente complicado generar una estructura que pueda considerar todas las diferentes variables que afectan el desarrollo de las empresas en países en desarrollo. Consecuentemente, se plantea que para futuras ocasiones es indispensable aumentar el periodo de tiempo en que se observa y estudian estos mercados para lograr comprender más a fondo las variables homogéneas que constantemente afectan la producción y aquellas que aparecen solo en ciertos escenarios pero que de todos modos poseen un mayor impacto a nivel de la empresa.

**Palabras Clave:** innovaciones, innovaciones tecnológicas, internacionalización, crecimiento económico, productividad, PYMES, economías emergentes, modelos, generalización.

## **Abstract**

It is intended to analyze and identify the series of mechanisms and resources used by Latin American SMEs to achieve an effective internationalization process. As a result of this, the context surrounding these companies in their emerging economies is thoroughly investigated in order to determine the impediments or barriers that these countries have for their production industry. Thus, companies must resort to other methods of expansion and commercial growth to reach the desired foreign markets, such as technological innovations, capital investments within the company and the creation of economic groups. Although these are tools to achieve such expansion, the study reveals that no matter how much it is intended to generalize the information according to the creation of statistical and economic models, it is highly complicated to generate a structure that can consider all the different variables that affect company growth in developing countries. Consequently, it is proposed that for future occasions it is essential to increase the period in which these markets are observed and studied in order to better understand the homogeneous variables that constantly affect production and those that appear only in certain scenarios but that in any case have a great impact at company level.

**Keywords:** innovation, technological innovation, internationalization, SME's, emerging economies, commercial growth, productivity, economic models, generalization.

## 1. Introducción

La globalización ha sido un proceso por el cual los países han revolucionado sus procesos tecnológicos para hacerlos más eficientes y ágiles, dentro de esto entran conceptos como las cadenas de transporte, la interconectividad permanente y eficiente, la venta en línea y comunicaciones instantáneas. Esto genera un fenómeno llamado en inglés *Shrinking world* -mundo contraído o en contracción- en donde cada vez el mundo se encoge más gracias a todos estos avances tecnológicos. Un claro ejemplo de esto son las aplicaciones de mensajería instantánea, donde el usuario se puede comunicar con una persona en cualquier parte del mundo sin necesidad de esperar semanas a que llegue su mensaje (Fondo Monetario Internacional, 2004). A raíz de estas innovaciones tecnológicas, el comercio internacional se ha visto altamente favorecido ya que países en desarrollo han logrado mover sus bienes producidos superando las fronteras internacionales.

Cabe resaltar que la globalización puede ser un arma de doble filo debido a que, si las empresas y el país están social y culturalmente preparados, ella puede ser un excelente motor de productividad y rentabilidad. Sin embargo, si no se tienen las herramientas suficientes, la globalización, al ser un vehículo con un ritmo alto, puede sobre producir y agotar la producción de empresas. Tal como menciona el Fondo Monetario Internacional -FMI- (2021), una de las principales razones por las cuales las economías emergentes buscan que sus empresas entren a mercados extranjeros consiste en la disminución en la tasa de desempleo, mientras se tiene un crecimiento equilibrado y sostenible. Sin embargo, como fue mencionado anteriormente, si no se tienen bases sólidas en el campo local del país, este deseo de un crecimiento próspero y controlado sería imposible. Esto se debe a que las economías seguirán evolucionando por la globalización e

innovaciones tecnológicas, lo que hace que trabajos actuales se vuelvan obsoletos y se busque capital humano capacitado en nuevos procesos tecnológicos.

En el mismo orden de ideas, los vehículos que estimulan la expansión hacia horizontes internacionales, tales como, la inversión extranjera, disponibilidad de recursos e información y desarrollos tecnológicos son, en su mayoría, patrocinados por grupos económicos extranjeros. El caso más relevante para demostrar dicho fenómeno ocurre a mediados del 2020 cuando el mundo se estaba enfrentando al COVID-19. Tal como lo menciona Arreaza, A. (2017), el deterioro de economías líderes mundiales como China y Estados Unidos demostró la fuerte dependencia que poseen los mercados latinoamericanos con respecto de los países desarrollados, al evidenciar un fuerte decremento del 1% en su PIB.

## **2. Revisión de literatura**

### **2.1. Metodología**

Con el objetivo de que la revisión de literatura usada para este escrito sea competente y de alta calidad, se seleccionaron un total de 20 artículos sacados de la base de datos Scopus. Para delimitar los resultados de la búsqueda, se buscó dentro de los resultados teniendo en cuenta una ecuación de búsqueda que contenga las siguiente palabras clave:

- Internationalisation
- Internationalization
- Export

- Colombia
- International expansion

Sin embargo, la búsqueda continuaba arrojando un número grande de resultados, dado esto, se resumieron los textos encontrados teniendo en cuenta estas variables limitantes para hacer la búsqueda más precisa y encaminada hacia el objetivo de esta investigación:

- Exclude: 2022
- Limit to: BUSINESS
- Limit to: ECONOMICS
- Limit to: DECISION SCIENCES

## 2.2. Análisis de datos y hallazgos

La revisión de literatura fue llevada a cabo siguiendo esta ecuación de búsqueda, la que inicialmente arrojó más de 500 resultados en artículos relacionados con estas palabras. Sin embargo, a lo largo del análisis y evaluación de dicha búsqueda, se concretó un número más real sobre los artículos por utilizar en este proyecto.

```
( TITLE-ABS-KEY ( internationalisation ) OR TITLE-ABS-KEY ( internationalization )
OR TITLE-ABS-KEY ( "international expansion" ) OR TITLE-ABS-KEY ( export* )
AND TITLE-ABS-KEY ( colombia ) AND ( EXCLUDE ( PUBYEAR , 2022 ) ) AND (
LIMIT-TO ( SUBJAREA , "BUSI" ) OR LIMIT-TO ( SUBJAREA , "ECON" ) OR
LIMIT-TO ( SUBJAREA , "DECI" ) )
```

Al limitar los resultados de esta forma, se redujo el número a alrededor de 398 resultados; de estos, se delimitaron los primeros 30 textos que fueron más citados. De manera similar, se usó la palabra clave "internacionalización", por lo que, en los resultados devueltos, tienen un

tema común de internacionalización, de forma semejante, tienen la misma palabra, pero en lugar de "internacionalización" hay z s. El propósito de esto es que, independientemente de la gramática utilizada en los artículos o escritos, se seleccionarán aquellos con un tema de internacionalización. Por lo tanto, la palabra "exportar" se utiliza para afinar la búsqueda de y centrarse en la internacionalización de las exportaciones, es decir, para empresas o fabricantes que exportan sus productos o servicios. Adicionalmente, se utiliza la palabra "Colombia" para darle un espacio geográfico para definir filtros de búsqueda. Con esta palabra, la ecuación de búsqueda busca algo relacionado con empresas internacionales, exportadores colombianos. Finalmente, las palabras "Expansión Internacional", pretenden mostrar la estrategia de búsqueda que está más enfocada a la internacionalización y el proceso de empresas colombianas en el mercado global. Por lo tanto, la gran mayoría de la literatura sobre estos temas tiene la intención de incluirse, y no se incluyeron escritos importantes. También se omitieron algunos parámetros, como el año 2022, para evitar artículos relativamente nuevos que pudieran afectar los criterios de diseño. Es porque la escritura aún es demasiado reciente para ser incluida en el estudio. Además, los resultados se limitaron a temas "Negocios", por lo que registros hablan desde una perspectiva administrativa. Además, existe la palabra "economía" que se usa para reunir los resultados matemáticos más cuantitativos y los fundamentos basados en el comercio internacional. Finalmente, la palabra "ciencia de decisiones" cubre una serie de temas similares a datos cuantitativos, análisis y optimización. En cuanto a la selección de cada artículo, se hizo un análisis de los títulos de los artículos y sus resúmenes, con el objetivo de saber si el artículo realmente comentaba o no sobre la internacionalización de las empresas colombianas. Una de las principales desventajas de ello es que los artículos en sus títulos describen el tema

bastante extensamente, lo que hace que el lector piense que el artículo trata principalmente sobre ese tema, pero leer y analizar el resumen da una comprensión del tema discutido junto con este subtema. Es decir, muchos escritos comentan la internacionalización de las empresas, pero se centran en señalar aspectos políticos que impiden el correcto funcionamiento de los mecanismos de comercio internacional o intentan identificar procesos en las cadenas de suministro o procesos internos de las empresas. Por lo anterior, el análisis y lectura de los resúmenes de cada escrito es muy importante para comprender los temas internos de cada obra y concluir si debe incluirse o no en este estudio. En cuanto a la validez del estudio se realizó íntegramente en la plataforma Scopus, a través de los servicios del CRAI (Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación) de la Universidad Rosario. Gracias a Scopus, los artículos y escritos generados por la búsqueda se revisan y catalogan como artículos influyentes. Como resultado, es seguro que esta investigación se basa en contenido de calidad y sus fuentes son verdaderas. Además, al buscar, se ajustó el orden de visualización de los resultados para que los más referenciados fueran los primeros en pantalla. El objetivo es utilizar artículos que sean considerados útiles por otros investigadores y tengan buena reputación entre los lectores.

### **2.2.1. Conceptos**

Los autores analizados en la revisión de literatura emplean terminologías similares al momento de describir los motores de la internacionalización. Esto se debe a la similitud en los resultados de los textos analizados, ya que más del 50% de estos concluye sus investigaciones refiriéndose a la afirmación de que el comercio exterior es, sin duda alguna, un motor de

crecimiento para las empresas y para el país. Tal como lo comentan Crespi G. y Zuniga P. (2012), las empresas al internacionalizarse amplían su horizonte de posibilidades al analizar los productos importados por el país, de esta forma pueden comparar sus procesos actuales contra empresas extranjeras y aprender de la competencia. De igual forma, los autores afirman que la internacionalización de una empresa es una oportunidad que esta debe usar para invertir en su capital humano y hacer que su personal esté debidamente capacitado. Esto con el fin de asegurar rentabilidad en el largo plazo cuando la empresa se encuentre en mercados internacionales. Asimismo, ha sido probado que las importaciones son igual o incluso más valiosas que las exportaciones, al venir de economías con diferentes modelos de capacidades y con conocimientos alternos, nutren de conocimiento al productor local para que este innove en sus procesos de producción (Awokuse, T., 2008).

Sin embargo, hay que aclarar que la internacionalización puede generar ciertas problemáticas relacionadas con la producción local de bienes y la calidad de estos. Tal como sugiere la investigación de Pérez-Rincón, M. (2006), Colombia posee bajo flujo de energía porque existe un déficit en los volúmenes de materias primas que son exportados en comparación con el de las importaciones. Esto es a raíz de que la economía colombiana centra sus exportaciones en materias primas, mientras que los productos que importa son, en su mayoría, bienes transformados. Esto genera un fenómeno llamado intercambio desigual, donde el valor de los bienes vendidos es diferente al de los bienes comprados. En el mismo orden de ideas, Karp, L., & Perloff, J. (1993) plantean que, dentro de las economías emergentes, las empresas se han visto forzadas a adaptarse a políticas públicas, competencia desregulada y bajos precios, a raíz de la poca información y de recursos disponibles que el estado suministra. Como consecuencia de este escenario, las empresas buscan la creación de estructuras de mercado como monopolios y

oligopolios para tener mayor presencia en la industria y que las fluctuaciones internacionales de precios, generadas por la demanda, no las afecten en gran nivel. Para que la internacionalización de las empresas en países de desarrollo sea eficaz, su modelo de negocios debe ser reactivo y adaptarse mediante innovaciones a medida que los parámetros del mercado internacional cambien (Cavallo, A. et al., 2019).

### **2.2.2. Participantes**

De los 20 artículos revisados, se encuentra que todos están ubicados dentro de un contexto latinoamericano, más específicamente países tales como Colombia, Perú Chile, Ecuador y Méjico son un tema recurrente de análisis en los textos. De igual manera, para realizar comparaciones entre países respecto del comercio exterior, se usaron países tales como Estados Unidos, China y miembros de la Unión Europea que, en su mayoría, son economías altamente desarrolladas.

Es importante resaltar un fenómeno que fue evidenciado a lo largo de la revisión de la literatura, en donde las empresas, en su mayoría PYMES, de países en vía de desarrollo se veían forzadas a crear sociedades, grupos comerciales o incluso modelos económicos como monopolios, para poder ingresar en los mercados internacionales. En esta revisión de la literatura se hace una comparación valiosa entre modelos y afirmaciones establecidos en la década de los años 90 y conclusiones derivadas de resultados del 2015 en adelante. Aunque ambos espacios temporales cambien, la situación a la que se ven enfrentadas las empresas latinoamericanas sigue siendo la misma, en donde la presencia de barreras legislativas e impedimentos comerciales generan un ambiente de crecimiento económico limitado para las PYMES. Tal como lo menciona el Boletín de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL-

(1990), existe una serie de preferencias comerciales a lo largo de Latinoamérica que son establecidas por un grupo reducido de élites de países como Brasil, Chile, Paraguay y Perú, lo que genera barreras para aquellos países o empresas que no tengan buenas relaciones con dichas naciones.

### **2.2.3. Instrumentos de medición**

Una gran parte de los artículos seleccionados utilizan herramientas de medición basadas en revisión de literatura de escritos previos. Esto se debe a que toman como ejemplo estas investigaciones y mejoran el resultado al analizar y profundizar en las recomendaciones propuestas por los autores. Tal como es el caso del artículo de Herrera-Echeverry, H. et al. (2016), quienes parten de recomendaciones previas donde estas han generalizado sobre la internacionalización de las empresas colombianas. Sin embargo, las características de cada empresa varían dependiendo de variables como el sector en el que se encuentran, tamaño de la empresa y las políticas gubernamentales. Dado esto, el escrito se enfoca en el desarrollo de pruebas empíricas, analizando el segmento de las empresas familiares (33,249). De igual manera, es evidente que la literatura existente se ha venido enfocando en la internacionalización de empresas grandes en economías emergentes, omitiendo en su totalidad a las empresas pequeñas y medianas -PYMES- (González-Pérez, M., et al. 2016). Por ello, emplean instrumentos de medición tales como análisis de recurrencia, análisis de conglomerados y análisis de Poisson, para utilizar investigaciones y tendencias previas para establecer posibles relaciones entre variables constantes.

Sin embargo, hay piezas de literatura que construyen sus propios instrumentos de medición con base en la hipótesis que desean probar. Este es el caso de los escritos de

Casanova, C., et al. (2016) y Gil-Barragan, J. (2020), donde los autores crean modelos integrativos con base en la necesidad del estudio para poder profundizar y analizar los fenómenos deseados. Asimismo, la creación de índices o parámetros de medición son usados para establecer comportamientos base de países desarrollados y poder compararlos con resultados de países emergentes. De esta forma, se puede concluir si los países entran dentro de los parámetros considerados como “normales” o tienen modelos y tendencias que los hacen diferentes.

#### **2.2.4. Variables**

Los estudios revisados se enfocan en investigar los impactos positivos en la eficiencia, internacionalización y producción de empresas latinoamericanas, mientras los países presentan barreras internas. Normalmente, estos países latinoamericanos tienen presencia de altos grados de corrupción y élites con poder excesivo, que impiden que empresas pequeñas crezcan y sean rentables. Pino, C., et al. (2016) usa la variable de innovaciones no tecnológicas, para analizar y afirmar que las innovaciones organizacionales son indispensables para la adaptación de las empresas en contextos de países emergentes con mercados de alto crecimiento. De igual manera, Cardoza, G., et al. (2016) propone variables como el acceso a recursos públicos, marcos regulatorios y legales inconsistentes para demostrar la dificultad que presentan las empresas en economías en desarrollo. Dado este fenómeno, se estimula la creación de monopolios y oligopolios ya que de esta forma las empresas poseerían los recursos necesarios para internacionalizarse. Sin embargo, para lograr un buen rendimiento en mercados externos, es necesario que las empresas aprendan con el tiempo y analicen su posición en el mercado a comparación de la competencia. De esta

forma, las instituciones ganan experiencia en cuanto a sus exportaciones, lo que hace que mejoren su productividad (Timoshenko, O., 2015).

Aunque las empresas carguen con una alta responsabilidad respecto de sus procesos internos, el país y los gobiernos juegan un rol de suma importancia al fomentar o impedir el crecimiento de las PYMES. Duranton, G. (2015) comenta que la infraestructura interna de las naciones puede ser un limitante o un impulso para la productividad de las empresas, ya que, si el país tiene sus ciudades conectadas mediante carreteras y telecomunicaciones, el comercio acaece de forma más natural. De igual manera, las circunstancias geográficas de cada país pueden ser una variable que limite el comercio, ya que, si las distancias entre ciudades productoras y provincias consumidoras son lejanas, el transporte de insumos es más complicado y, por ende, no atrae la inversión internacional (González-Pérez, M., et al. 2016). Es decir, para que una empresa tenga éxito en el nivel internacional, primeramente, debe tener estabilidad y rentabilidad primero en el campo local, para lograrlo, debe invertir en recursos internos, como lo son innovaciones en procesos, incluyendo facilidad en los transportes y el capital humano (Awokuse, T., 2008).

### **2.2.5. Resultados**

Tal como se evidencia en la matriz de revisión de literatura, hay una serie de conceptos y resultados que se repiten constantemente, esto indica que son problemáticas o situaciones recurrentes que en su mayoría son las barreras principales para lograr la internacionalización en los países latinoamericanos. Esto lo comentan Pino C, et al. (2016) al

concluir que, los conceptos para incentivar la internacionalización de las empresas de economías emergentes, se debe hacer énfasis en la innovación organizacional e innovación estratégica, con el fin de generar un cambio positivo desde la estructura de las empresas y así superar los impedimentos económicos y estructurales de las políticas públicas. Asimismo, el fenómeno de poco comercio internacional en PYMES latinoamericanas es ocasionado, en gran parte, por la falta de acceso a la información, tanto de recursos públicos como de vehículos para llegar a la internacionalización. Es por esto que, el estudio realizado por Cardoza G. et al. (2016) menciona la importancia de tener acceso a recursos públicos y a apoyos organizacionales por parte de los gobiernos. Sin embargo, el caso de Brasil, Colombia y Perú, donde la información de mercados junto con regulaciones estrictas impide la expansión internacional de las PYMES. Dado este escenario, se han generado grupos de negocio que forman una institución que consta de un número considerable de empresas para tener mayor presencia y poder hacer frente a las regulaciones estatales. De esta forma, es más sencillo para las empresas acceder a la información y recursos que permitan el conocimiento proyección internacional.

En el mismo orden de ideas, una gran parte de los países latinoamericanos están ubicados en cadenas montañosas, páramos, humedales, selvas, etc. lo que genera condiciones extremas en su geografía y, por ende, la construcción de carreteras que conecten ciudades con el campo es una labor complicada. De igual manera, si a esto se le agrega el fenómeno de corrupción que está presente en un gran porcentaje de países latinoamericanos, la construcción de vías para transporte de capital humano, insumos agroindustriales, servicios, maquinaria, etc. se ve altamente comprometida. Esto se debe a que el presupuesto destinado para mejoras en infraestructura no siempre es respetado y se termina drenando mediante

fugas económicas. Duranton, G. (2015), afirma que Colombia tendría un nivel de expansión internacional mayor, si su infraestructura vial estuviera en óptimas condiciones para transportar grandes volúmenes de bienes y servicios. Su argumento principal es que una ciudad con buenas carreteras de acceso atrae el comercio con otras provincias o ciudades en el corto plazo y, en el mediano-largo plazo, este comercio local se traduce en una industria con el poder comercial suficiente para internacionalizarse. Esta situación implica un gran diferencial con economías desarrolladas que poseen modelos estructurales avanzados y todas sus ciudades están totalmente interconectadas.

Igualmente, los autores resaltan que las condiciones de la mayoría de los países latinoamericanos varían de modelos generalmente aplicables, incluso, no se puede generalizar los modelos para todas las economías latinas. Esto viene a consideración porque normalmente se tiene el pensamiento que las exportaciones son más valiosas para el crecimiento económico que las importaciones, esto puede ser debido a la ecuación del PIB que muestra a estas últimas como una resta:  $C + I + G + (X - M)$ , sin embargo, el impacto de competitividad que generan las importaciones puede llegar a compensar el gasto que se incurre en ellas. Tal como lo menciona Awokuse, T., (2008), las importaciones pueden ser un motor productivo.

#### **2.2.6. Recomendaciones o limitaciones**

Este segmento del escrito abarca todas las recomendaciones que los autores hicieron en sus escritos, luego de concluirlos. Cabe resaltar que la gran mayoría de escritos, cerca del 80%, hacen énfasis en que se necesita profundizar en las investigaciones de literatura tomadas como base para los textos. De igual forma, los modelos de medición que los autores

emplean para comprobar sus hipótesis deben ser mejorados y adaptados para que la aplicabilidad de estos sea más amplia y no esté enfocada netamente a un contexto en específico (Clerides, S. et al., 1998). Esto es crucial al momento de investigar sobre políticas locales y la percepción de las importaciones y exportaciones. Awokuse, T., (2008), expone una dicotomía sobre la importancia de las importaciones para la competitividad en el comercio internacional, en comparación con el impacto que tienen las exportaciones. Normalmente, los autores y diferentes entes públicos consideran que la venta es mejor que la compra, sin embargo, están omitiendo las externalidades positivas que pueden llegar a generar bienes extranjeros en economías en desarrollo. Dada la literatura existente acerca de la internacionalización de empresas de países emergentes, hay peligro de un sesgo en cuanto a los datos e información encontrada. Tal como lo mencionan Cavallo, A. et al. (2019), los mercados actuales están en constante cambio, lo que obliga a los autores a enfocarse en modelos que apunten hacia la mejoría de la empresa mediante innovaciones. Sin embargo, estas piezas de literatura se enfocan, en su mayoría, en validar y afirmar teorías previamente propuestas, en vez de agregarle nuevos condicionales y variables a los modelos para que sean aplicables al contexto actual y al futuro.

Una variable exógena a los modelos que proponen los autores es el tiempo, ya que este no puede ser controlado y sí posee una gran influencia en los resultados arrojados en cada escrito. Herrera-Echeverri, H. et al. (2016), afirman que la mayor recomendación que pueden hacer es ampliar los periodos de tiempo en que fue realizado el estudio. Esto se debe a que entre más tiempo se estudie, se van a poder visualizar más patrones que antes no eran evidentes, concluyendo así, una investigación mucho más amplia y con explicaciones rigurosas para distintos escenarios. Dada la declaración previa, de Melo, J. & Robinson, S.

(1980) aseguran que la investigación de la internacionalización de PYMES en economías emergentes es un contexto tan complicado y cambiante que los estudios deben ir enfocados a diferentes países, sectores y grupos socioeconómicos para comprender mejor este fenómeno. Para que esto sea posible, debe haber una combinación articulada y horizontal entre la literatura existente y los modelos de investigación usados por los autores, ya que, los textos no poseen la información suficiente para concluir una aplicabilidad general. Este trabajo debe ser realizado de forma cualitativa en donde los autores visiten los países investigados y visualicen el contexto que rodea a las empresas de la nación (Gil-Barragán, J. et al. 2020).

### **3. Implicaciones prácticas/conclusiones**

Tal como se ha venido discutiendo a lo largo de este texto, el ámbito de internacionalización para las PYMES latinoamericanas ha sido relativamente constante a lo largo de los últimos 30-40 años. La principal causa de esto es que la situación social, cultural y económica que presentan los países latinoamericanos sigue estando determinada por la presencia de corrupción en el gobierno, falta de inversión en infraestructura y, beneficios solamente para grupos reducidos que son del interés de la administración política actual. Estos tres conceptos reiteran la afirmación que los grupos empresariales capaces de internacionalizarse y generar relaciones comerciales con otros países son aquellos que pertenecen al grupo selecto beneficiado por las políticas públicas. De esta forma, pueden tener acceso a los recursos e información necesaria, como lo son los índices de bolsas de valores y subsidios y herramientas suministradas por el gobierno. Dado este escenario, el resto de PYMES que no tienen los mismos beneficios, se

ven enfrentadas a un panorama con un alto grado de complejidad para evidenciar rentabilidad en contextos comerciales (Cardoza G. et al., 2016). Por consiguiente, la conclusión que proponen Pino, C. et al. (2016), sobre las innovaciones organizacionales es de suma importancia, ya que toman como base un contexto de difícil expansión para afirmar que estas innovaciones son el mejor método de defensa que tienen las empresas para protegerse en contextos internacionales. Esto se debe a que sus modelos de negocios se adaptan rápidamente a cualquier situación, ya que tienen buenas bases de tecnología que les permite comerciar de forma virtual. Sin embargo, Duranton, G. (2015) propone que, antes de buscar conexiones tecnológicas con otros países, las naciones latinoamericanas deben enfocarse en mejorar e invertir en su infraestructura de conectividad local, como lo son las carreteras entre las ciudades y, además, vías de penetración secundarias y terciarias. La razón de esto es que, si las ciudades están correctamente conectadas entre sí, el comercio se dará de forma más sencilla y esto atraerá la inversión extranjera.

De igual manera, se evidencia un patrón de expansión repetitivo dentro de los países latinoamericanos, similar a la de los modelos de crecimiento de los denominados tigres asiáticos. Es evidente que el principal modelo de penetración de comercio que manejan las empresas colombianas es mediante exportaciones directas, en donde el 85% de las 30 empresas analizadas, tenían como preferencia consolidarse mediante uniones y adquisiciones en vez de *joint ventures* o inversiones tipo *greenfield*. De esta forma, se enfocan en expandirse mediante información previamente existente en el mercado por empresas que tuvieron sus procesos de internacionalización tiempo atrás (González-Pérez, M., et al. 2016). Dado este modelo de aprendizaje que emplean los negocios, se concluye que es necesario investigaciones futuras que involucren estudios longitudinales, para poder observar y analizar de forma más precisa y

generalizada el comportamiento de empresas latinoamericanas y poder concluir correctamente acerca de los recursos necesarios para la internacionalización efectiva.

Asimismo, se sugiere que las empresas realicen estudios enfocados en el *benchmark* de la competencia internacional empresarial para lograr identificar y distinguir los procesos específicos dentro de las cadenas productivas. Dado este escenario, el fenómeno de la “productividad de los bienes”, propuesta por Hallak, J. & Sivadasan, J. (2013) cobra validez ya que, para generar una producción de alta calidad y mantener una estructura baja de costos fijos, se debe aprender del resto de negocios en la industria y sus respectivos modelos de producción. Consecuentemente, esto debe ser apoyado por fomentar el desarrollo de la heterogeneidad dentro de las empresas, para que de esta forma las empresas aprendan a ser reactivas frente a cambios inesperados de los mercados. Por esta razón, se concluye que las empresas, antes de ingresar a mercados extranjeros y tener rentabilidad por exportaciones, deben tener alta productividad previo a internacionalizarse, para aplicar estas experiencias y así poder transformarlas en ganancias.

#### 4. Referencias bibliográficas

- Arreaza, A. (2017). Las barreras del crecimiento de América Latina. Banco De Desarrollo De América Latina.
- Awokuse, T. O. (2008). Trade openness and economic growth: is growth export-led or import-led? *Applied Economics*, 40(2), 161–173. <https://doi.org/10.1080/00036840600749490>
- Cardoza, G., Fornes, G., Farber, V., Gonzalez Duarte, R., & Ruiz Gutierrez, J. (2016). Barriers and public policies affecting the international expansion of Latin American SMEs: Evidence from Brazil, Colombia, and Peru. *Journal of Business Research*, 69(6), 2030–2039. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.148>
- Cavallo, A., Ghezzi, A., & Ruales Guzmán, B. V. (2019). Driving internationalization through business model innovation. *Multinational Business Review*, 28(2), 201–220. <https://doi.org/10.1108/mbr-11-2018-0087>
- CEPAL. (1990). LAS BARRERAS NO ARANCELARIAS EN EL COMERCIO LATINOAMERICANO. repositorio.cepal. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37538/Bolet%20c3%adn%20FAL%2080\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37538/Bolet%20c3%adn%20FAL%2080_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Clerides, S. K., Lach, S., & Tybout, J. R. (1998). Is Learning by Exporting Important? Micro-Dynamic Evidence from Colombia, Mexico, and Morocco. *The Quarterly Journal of Economics*, 113(3), 903–947. <https://doi.org/10.1162/003355398555784>
- ¿CÓMO MOVERÁN LAS PIEZAS LOS MERCADOS EMERGENTES? (2021). FONDO MONETARIO INTERNACIONAL. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2021/06/index.htm>

- Crespi, G., & Zuniga, P. (2012). Innovation and Productivity: Evidence from Six Latin American Countries. *World Development*, 40(2), 273–290.  
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2011.07.010>
- Definición Tamaño Empresarial Micro, Pequeña, Mediana o Grande. (2019). Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo. <https://www.mipymes.gov.co/temas-de-interes/definicion-tamano-empresarial-micro-pequena-median>
- Duranton, G. (2015). Roads and trade in Colombia. *Economics of Transportation*, 4(1–2), 16–36.  
<https://doi.org/10.1016/j.ecotra.2014.11.003>
- Economic Growth. (n.d.). Reserve Bank of Australia.  
<https://www.rba.gov.au/education/resources/explainers/economic-growth.html>
- Garcia, F. (2013). CONCEPTOS SOBRE INNOVACIÓN. ASOCIACION COLOMBIANA DE FACULTADES DE INGENIERÍA. [https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC\\_PE\\_Conceptos\\_Innovacion.pdf](https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf)
- Gil-Barragan, J. M., Belso-Martínez, J. A., & Mas-Verdú, F. (2020). When do domestic networks cause accelerated internationalization under different decision-making logic? *European Business Review*, 32(2), 227–256. <https://doi.org/10.1108/eb-11-2018-0191>
- Gonzalez-Perez, M. A., Manotas, E. C., & Ciravegna, L. (2016). International SMEs from emerging markets—Insights from the Colombian textile and apparel industry. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(1), 9–31. <https://doi.org/10.1007/s10843-016-0170-3>
- Hallak, J. C., & Sivadasan, J. (2013). Product and process productivity: Implications for quality choice and conditional exporter premia. *Journal of International Economics*, 91(1), 53–67. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2013.05.001>
- Herrera-Echeverri, H., Geleilate, J. G., Gaitan-Riaño, S., Haar, J., & Soto-Echeverry, N. (2016).

Export behavior and board independence in Colombian family firms: The reverse causality relationship. *Journal of Business Research*, 69(6), 2018–2029.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.147>

Karp, L. S., & Perloff, J. M. (1993). A Dynamic Model of Oligopoly in the Coffee Export Market. *American Journal of Agricultural Economics*, 75(2), 448–457.

<https://doi.org/10.2307/1242929>

Melo, J., & Robinson, S. (1980). The impact of trade policies on income distribution in a planning model for Colombia. *Journal of Policy Modeling*, 2(1), 81–100.

[https://doi.org/10.1016/0161-8938\(80\)90019-8](https://doi.org/10.1016/0161-8938(80)90019-8)

Pino, C., Felzensztein, C., Zwerg-Villegas, A. M., & Arias-Bolzmann, L. (2016). Non-technological innovations: Market performance of exporting firms in South America. *Journal of Business Research*, 69(10), 4385–4393.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.061>

Timoshenko, O. A. (2015). Learning versus sunk costs explanations of export persistence. *European Economic Review*, 79, 113–128.

<https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2015.02.006>