



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“FACTORES DETERMINANTES EN LA
INTERNACIONALIZACION EMPRESARIAL SEGÚN LOS
ENFOQUES UPPSALA Y DE RECURSOS: UNA REVISIÓN DE
CASOS EN PYMES DE PERÚ, COLOMBIA Y ESPAÑA”**

EXAMEN DE SUFICIENCIA DE COMPETENCIA PROFESIONAL

ARTÍCULO DE REVISIÓN

PRESENTADO POR:

Bach. MILTON EDUARDO ZEVALLOS ENRIQUEZ

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

PUNO – PERÚ

2020



**“FACTORES DETERMINANTES EN LA INTERNACIONALIZACION EMPRESARIAL
SEGÚN LOS ENFOQUES UPPSALA Y DE RECURSOS: Una revisión de casos en
Pymes de Perú, Colombia y España”**

“DETERMINING FACTORS IN BUSINESS INTERNATIONALIZATION ACCORDING
TO UPPSALA AND RESOURCES APPROACHES: A review of cases in SMEs in Peru,
Colombia and Spain”

Milton Eduardo Zevallos Enriquez.

Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas,
Escuela Profesional de Administración, Av. sesquicentenario N° 1150, ciudad
universitaria, Puno, Perú.

miltonzevallos.meze@gmail.com

RESUMEN

En el mundo, la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) tienen algunos factores que determinan el éxito en la internacionalización de las mismas y teniendo como objetivo de la presente determinar las mismas y explicar el porqué de este proceso; estos Factores pueden ser explicados bajo un enfoque gradual (Uppsala) y de recursos de la empresa ámbito de estudio. En Latinoamérica y Europa de acuerdo a la investigación desarrollada a Pymes por diferentes autores da como resultado que se tiene predominio de exportaciones esporádicas e indirectas que hacen que las mismas ganen terreno en el proceso internacionalizador.

Así mismo utilizando como base la revisión bibliográfica realizada a empresas PYMES se estima que la propensión a exportar depende, en sentido directo al nivel de preparación (estudios/capacitación) de la persona quien dirige la empresa. La intensidad exportadora de las Pymes estará dada por el tamaño de la empresa y la experiencia exportadora acumulada, que en algunos casos estaría determinada por el nivel de asociatividad de las empresas.

Palabras clave: Internacionalización, Modelo Gradual, Uppsala, Recursos, Pymes.

ABSTRACT

In the world, the internationalization of small and medium enterprises (SMEs) have some factors that determine their success in the internationalization of the same and with the objective of the present to determine them and explain the reason for this process; These Factors can be explained under a gradual approach (Uppsala) and company resources scope of study. In Latin America and Europe, according to the research carried out by



SMEs by different authors, it results in a predominance of sporadic and indirect exports that make them gain ground in the internationalization process.

Likewise, using the bibliographic review of SMEs as a base, it is estimated that the propensity to export depends directly on the level of preparation (studies / training) of the person who runs the company. The export intensity of SMEs will be given by the size of the company and the accumulated export experience, which in some cases would be determined by the level of associativity of the companies.

Keywords: Internationalization, Gradual Model, Uppsala, Resources, SMEs.



INTRODUCCION

El mundo actual como lo conocemos se caracteriza por la internacionalización del mercado y mayores relaciones entre organizaciones convirtiéndola así en un aspecto muy importante en el mercado global actual. En este sentido una de las estrategias utilizadas frente a la globalización es la decisión de la empresa en dirigirse a mercados geográficamente externos a los de su origen; una estrategia que resulta compleja pero que trae crecimiento y desarrollo económico para la misma. La internacionalización es en sí una respuesta inmediata al estancamiento de nichos de mercado doméstico donde muchas empresas poseen grandes porcentajes de un mercado ya fidelizado, que, en muchos casos no es del todo satisfecho y es allí donde las Pymes (Pequeñas y medianas empresas) aprovechan para poder obtener una pequeña parte del mercado doméstico donde pueden comercializar sus productos o servicios que en la mayoría de casos resultan innovadores.

Las Pymes en Perú, Colombia y España no son ajenos a este proceso puesto que al obtener un mercado doméstico en donde poder desarrollarse les brinda experiencia que los ayuda a poder salir al exterior en búsqueda del crecimiento que toda empresa busca, por lo cual nuestro objetivo será determinar qué factores son importantes en la internacionalización empresarial de las Pymes en estos tres países objeto de estudio; esto será explicado bajo los enfoques Uppsala y de Recursos con la finalidad de obtener una aproximación sobre los aspectos esenciales que repercuten en los procesos de internacionalización de las Pymes; es por ello que previamente veremos el marco teórico referido a nuestro tema de estudio, así como también explicaremos en que se basa ambos enfoques que explican que factores influyen a la hora de internacionalizarse para finalmente mostrar nuestros resultados de acuerdo a la búsqueda de investigaciones realizadas sobre el tema en cada país en específico y comparar entre todos los casos de estudio, por lo tanto en esta primera parte nos referiremos al tema de estudio en sí.

La internacionalización se puede concebir como conjuntos de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos relativamente estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente interacción y proyección internacional de la misma; es decir, se trata de un proceso amplio y complejo de orientación internacional adoptado por la organización. Por tanto, contempla una amplia gama de fórmulas institucionales y/o vías de penetración alternativas en mercados del exterior, susceptibles de modificarse, a medida que la empresa va redefiniendo sus niveles relativos de presencia, compromiso de recursos, control y/o riesgo operativo a escala internacional (Rialp, 1999); es así que, a través de los



procesos de internacionalización las empresas incrementan gradualmente su compromiso con las actividades y los negocios internacionales; es decir, van expandiendo en forma creciente sus actividades más allá de las fronteras nacionales (Simón Otero, 2008)

Estudios realizados en España sobre la internacionalización de las Pymes desde la perspectiva del enfoque de los Recursos, por ejemplo resaltan el capital humano genérico y específico como determinantes de la competitividad internacional de una empresa, que permiten el incremento de su capacidad de penetración en mercados externos; también se resalta el tamaño de la empresa como otro factor determinante de importancia, cuya influencia es considerada como un factor determinante. (Suárez, Olivares, & Galvan, 2002)

Otros estudiosos muestran que la actitud proactiva de los directivos de la empresa y la estrategia fundamentada en la diferenciación de marketing redundan en una rápida internacionalización de las empresas; por otro lado, se considera que las redes empresariales también juegan un rol importante en el crecimiento exportador de las algunas Mypes, del mismo modo que lo hacen las alianzas empresariales (Hernandez M & Fuentes, 2015).

La internacionalización de una empresa responde a diversas motivaciones, entre otras, de acuerdo a los resultados en sus mercados domésticos o en función a las condiciones imperantes en otros países; aunque la salida al exterior es cada vez más influenciada debido a la globalización de la economía y el avance de las comunicaciones. (Medina, 2006)

El proceso de internacionalización de una empresa puede revestir diversas formas (Johnson, 2001) que van desde la exportación, pasando por la relación contractual con el exterior, hasta la inversión externa, formas que puede seguir toda empresa en su afán de cruzar las fronteras nacionales, en su estrategia de crecimiento, es importante indicar que estas formas de internacionalización implican la concreción de alianzas estratégicas, con el objeto de lograr en las empresas crecimientos significativos que se traduzcan en un futuro incremento de su valor económico.

Por otro lado, internacionalizar una empresa implica someter a la entidad en su conjunto o a parte de ella, o de la totalidad de sus productos o de alguno de ellos, a la autoridad conjunta de dos o más naciones o de organismos que las representen, lo cual tipifica la condición básica para comprender cuando efectivamente una empresa se ha extendido fuera de sus fronteras nacionales. (Medina, 2006)



Enfoques teóricos de la internacionalización empresarial

Existe una amplia gama de explicaciones teóricas sobre la internacionalización, que van desde aquellas que explican tal fenómeno desde el punto de vista macroeconómico, internacional, del país, del sector; hasta las que teorizan desde el punto de vista microeconómico empresarial. Sin embargo, bajo otra óptica, se pueden identificar tres grandes enfoques teóricos: (a) la teoría del comercio internacional; (b) la teoría de las empresas multinacionales; y (c) la teoría de la internacionalización empresarial propiamente dicha. (Villarreal, 2005) y (Gálvez, 2003).

La teoría del comercio internacional es de carácter fundamentalmente económica, en tanto que la teoría de las empresas multinacionales es de carácter económico empresarial. La primera, trata de responder a la pregunta ¿Por qué existe comercio entre los distintos países?; en tanto que la segunda, ¿Por qué existen las empresas multinacionales? (Villarreal, 2005).

La teoría del comercio internacional busca de explicar las causas del comercio internacional de bienes y servicios entre países, regiones y sectores económicos, los mismos que se atribuyen entre otros a la existencia de ventajas comparativas y competitivas, en tanto que, la teoría de las empresas multinacionales analiza básicamente la internacionalización de las grandes empresas bajo la modalidad de la inversión directa extranjera.

Sin embargo, los enfoques específicos comprendidos dentro de la teoría del comercio internacional, son marcos teóricos relevantes para entender y analizar el proceso del comercio a nivel país o de sector económico; no explican el proceso mismo de la internacionalización a nivel de las Pymes; tampoco incorporan variables micro organizativas presentes dentro del proceso de internacionalización de las empresas.

En el mismo sentido, los enfoques específicos correspondientes a la teoría de las empresas multinacionales, son pertinentes para analizar la internacionalización de las grandes empresas, pero no resultan apropiadas para el estudio de las Pymes (Gálvez, 2003) (Rialp, 1999).

¿Por qué y cómo se internacionalizan las empresas?, es la interrogante que trata de responder la teoría de la internacionalización empresarial; su visión es fundamentalmente de carácter microeconómico y organizativo, además enfatiza como variables explicativas, aquellas que están presentes en el ámbito mismo de la empresa.

Por tanto, dado que nuestro objetivo no consiste en analizar el comercio internacional entre países o sectores económicos, y en la medida en que las Pymes no están en el



nivel de empresas multinacionales; en consecuencia, las teorías del comercio internacional y de las empresas multinacionales, no tienen mayor relevancia como marco de análisis para el estudio de la internacionalización para los tres países.

Enfoque gradualista (Uppsala)

Según Díaz campo (2015), el modelo Uppsala muestra como las Pymes que se constituyeron con una mirada prospectiva hacia lo local, pueden empezar a internacionalizar sus productos; este modelo, asociado a la escuela Nórdica, predice cómo la empresa se internacionaliza gradualmente comprometiendo cada vez más recursos, en la medida en que va acumulando experiencias y conocimientos en el mercado exterior.

Se considera que la empresa comienza a operar en el mercado doméstico y posteriormente el proceso de internalización se da por etapas o fases, las cuales están en función al grado de acumulación de conocimientos que la empresa obtiene de los mercados internacionales, por lo que la empresa gradualmente incrementa su involucramiento y en base a ello, destina mayores recursos a estos mercados y el proceso se presenta en cuatro etapas. (Johanson & Wiedersheim Paul, 1975).

1. Exportadores esporádicos - no hay actividades regulares de exportación.
2. Exportación a través de representantes independientes (agente)
3. Establecimiento de una filial de ventas
4. Establecimiento de unidades de producción / fabricación en el extranjero.

En el enfoque de Uppsala, la internacionalización se conceptúa como un proceso dinámico, gradual y con creciente compromiso internacional; las empresas, mediante la acumulación de conocimientos, experiencias e información internacional, comprometen cada vez más recursos, con lo cual, de forma gradual van logrando mayores niveles de internacionalización.

Se considera que las empresas buscan mercados en el exterior, según la “afinidad psicológica”, lo que significa, entre otros, tener cercanía geográfica y similitudes en idioma, cultura, formas de hacer negocios, regulaciones y posibilidad de adquirir información de los mercados, para enfrentar mejor los obstáculos inherentes al proceso de internacionalización (Johanson & Vahlne, 1977).

Por ello, la escuela de Uppsala postula que la internacionalización empresarial se producirá, en sus primeras etapas, por medio de la exportación a países cercanos, que presentan relativamente menores grados de diferenciación cultural o una menor “distancia psicológica”. Posteriormente, sobre la base de la experiencia acumulada, la



empresa se expandirá gradualmente a mercados psicológicamente más distantes, hasta llegar a establecer filiales en dichos mercados.

En suma, el enfoque de la escuela de Uppsala, considera que la internacionalización empresarial es gradual y está determinada por la experiencia y el conocimiento acumulado sobre el mercado:

Internacionalización empresarial = f (experiencia y conocimientos de mercado)

Enfoque de Recursos

El enfoque basado en recursos nace del trabajo de Wernerfelt, quien considera que la evolución de las empresas no está en sus actividades en el mercado de productos sino en el conjunto de recursos tanto tangibles como intangibles; su aporte más destacado radica en la atención que presta a los recursos internos de la empresa y en cómo son adquiridos o desarrollados. (Jiménez Palmero, 2008).

Este enfoque, considera la dotación de recursos como determinante principal de la internacionalización empresarial, variable que a su vez se ubica en el ámbito microeconómico organizativo de las empresas; se enfatiza la internacionalización relacionada con la competitividad estratégica, en función de la dotación de recursos y capacidades de que dispone la empresa. Por ello, debido a que la expansión de las Mypes hacia los mercados externos frecuentemente enfrenta restricciones en la dotación de recursos, este Enfoque de Recursos resulta pertinente para analizar la internacionalización de éste tipo de empresas. (Quer, Claver, & Molina, 2006).

En principio, de los diferentes tipos de recursos que existen, el enfoque de Recursos resalta los recursos intangibles como el principal determinante de la competitividad internacional de las empresas; la posesión de dichos recursos con un carácter estratégico genera en la empresa una ventaja sobre otras empresas locales incrementándose sus posibilidades de internacionalizarse; los recursos típicamente considerados son básicamente de carácter humano, organizativo, tecnológico y de reputación (Hernandez M & Fuentes, 2015).

Por otro lado, es el recurso humano el posesionario de los conocimientos, las destrezas, la información, la capacidad, el aprendizaje, etc., es decir, se constituye en el agente fundamental que coadyuva a la generación de la competitividad internacional empresarial. El recurso organizativo como fuente de generación de competitividad internacional y está relacionado a la capacidad de gestión y organización eficiente de empresas. Por otro lado, el recurso tecnológico comprende la capacidad de investigación, innovación, la existencia de trabajadores calificados, la mejora tecnológica, etc., Finalmente, el recurso de la reputación tiene que ver con el prestigio y



la imagen de la empresa y sus productos ante los clientes internacionales, el mismo que está relacionado a la alta valoración y la buena percepción de cliente sobre la calidad y seriedad del producto y/o servicio.

Bajo esta óptica, en estudios empíricos sobre Pymes, Mypes y/o empresas familiares, se considera el carácter de propiedad de la empresa, la dotación del capital humano, la experiencia empresarial, la práctica de políticas de alianzas y el tamaño de la empresa como principales determinantes de la internacionalización exportadora de una empresa. (Madrid & Garcia, 2004) (Fernandez & Nieto, 2005)

Se considera que el carácter de propiedad condiciona la internacionalización de las Pymes; si las Pymes son empresas familiares, su tendencia internacionalizadora será menor en comparación de aquellas empresas no familiares, dicha menor propensión a la internacionalización de las empresas familiares se explica en gran medida por su frecuente actitud conservadora y dificultades para acceder a recursos humanos y financieros necesarios; estas empresas presentan conductas muy conservadoras y alta aversión al riesgo lo cual es opuesto a la internacionalización; por otro lado, las empresas familiares tienen concentrado la propiedad, lo que no les permite diversificar el riesgo inherente a la internacionalización y ello además implica una gestión centralizada y vertical, lo mismo que resta posibilidades de competitividad.

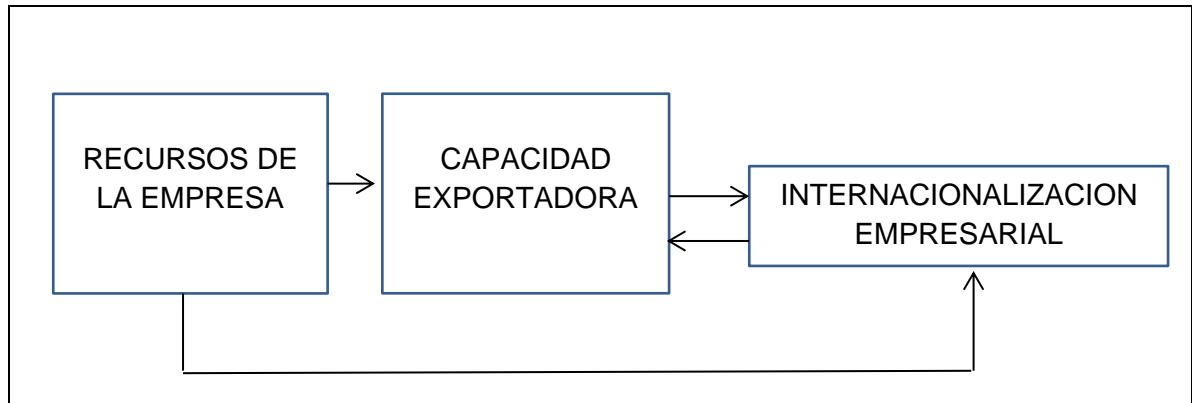
Además, la gestión de las empresas familiares, frecuentemente, no está en poder de personas de alta calificación profesional, usualmente las Pymes familiares se administran empíricamente con baja presencia de mano de obra muy calificada; tampoco existen suficientes incentivos para que la mano de obra profesional externa ingrese a laborar en las Pymes, puesto que las oportunidades de desarrollo profesional son limitadas.

Además, el acceso de las Pymes familiares al mercado de capitales es limitado, debido esencialmente al riesgo relativo que implica su tamaño económico y su carencia de capital humano necesario para efectuar las gestiones financieras apropiadas; adicionalmente, por su carácter cerrado no promueven la entrada de capital de terceros, dificultando así la expansión del capital en la empresa.

Cabe resaltar que las alianzas empresariales son un factor que contribuye positivamente en la internacionalización de empresas multinacionales, consecuentemente también se puede considerar como un factor positivo para el caso de las Pymes familiares y no familiares, en la medida que las alianzas permiten ampliar el acceso de recursos como la información comercial, tecnología, distribución, capacidad de gestión, conocimiento de mercado, además posibilitan acumular nuevos conocimientos y capacidades;

además, la experiencia empresarial condiciona en sentido directo la internacionalización, puesto que es considerada como un recurso que permite a las empresas acumular conocimientos y capacidades, incrementando efectivamente su competitividad internacional y posibilitando la penetración en mercados externos.

Figura 1: Causalidad de internacionalización según Enfoque de Recursos.



Fuente: (Valenzuela, 2000)

En suma, según el enfoque de recursos, la internacionalización empresarial depende esencialmente de la dotación de recursos de la empresa y consecuentemente la acumulación de recursos es determinante en la internacionalización mediante un canal directo y otro indirecto; el canal directo sustentado en los recursos en sí y el canal indirecto generado a través de la influencia en la capacidad exportadora de la empresa, tal como se puede visualizar en la figura 1. Generalizando la lógica expuesta se tiene:

$$\text{Internacionalización empresarial} = f(\text{acumulación de recursos de la empresa})$$

METODOS

El trabajo de investigación se ha desarrollado bajo el enfoque cualitativo, que entre otros, según (Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, 2010), se caracteriza por la recolección de datos sin medición numérica, a fin de descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación, lo cual se aplicó para sistematizar información sobre los enfoques de Uppsala y del modelo de Recursos, para los casos de Perú, Colombia y España.

Por otro lado, de acuerdo a (Arbaiza, 2014) la investigación se tipifica como descriptiva en la medida que se reseñan y analizan características y rasgos particulares, que se presentan en los enfoques de procesos de internacionalización de Pymes, desde la perspectiva de Uppsala y el Modelo de Recursos, para los casos de los países en estudio.



Respecto al diseño de la investigación, se aplicó un diseño sistemático, basado en la recolección y el análisis de datos, producto de la indagación de información obtenida de otros trabajos de investigación, codificándose la información emergente en un conjunto de diferentes factores, aplicados a cada uno de los países bajo el ámbito de estudio (Arbaiza, 2014)

Se recopiló información respecto al tema resaltando la información de INTERNACIONALIZACION y enfocándonos en los países de: Perú, Colombia y España, sistematizándose la información respecto a artículos en relación del tema, lo cual permitió realizar comparaciones, bajo criterios de similitudes y diferencias en cuanto a sus procesos de internacionalización de Pymes.

En el proceso de investigación se realizó un comparativo entre el Perú, país considerado de manera implícita como el eje de comparación, respecto a un país cercano y con grandes similitudes como es el caso de Colombia y por otro lado cotejarlos con la realidad de un país del primer orden como es España, con un proceso de internacionalización de Pymes más desarrollado. Los archivos relacionados al tema se obtuvieron mayormente de: DIALNET, SCIELO entre otros.

Al recopilar la información referida el tema, se encontró que en la mayoría de casos documentados los trabajos realizados se encontraban en un rango de 5 a 10 años, los cuales trataban de explicar a groso modo el comportamiento de las Pymes a la hora de internacionalizarse, resaltando poco sobre el porqué de la adopción de un método de internacionalización en particular.

Con la finalidad de calificar el grado de intensidad de los procesos de internacionalización de la Pymes en los países en estudio y de acuerdo a los enfoques de los modelos Uppsala y de Recursos, se elaboró una escala de LIKER con cinco niveles de calificación, que van desde "cero", que representa un grado nulo de intensidad de internacionalización, hasta un calificativo máximo de "4" que representa un nivel muy alto de intensidad de internacionalización.

DESARROLLO Y DISCUSION

En el estudio, basados en información recopilada, referida a los países de Colombia, España y Perú se logró esquematizar en dos tablas la intensidad de los procesos de internacionalización de las Pymes en los países indicados, considerando lo planteado en cuanto a la Internacionalización Empresarial como proceso fundamentado en los enfoques Gradual y de Recursos, los mismos que buscan explicar cómo las empresas logran tener éxito en dicho proceso; por otro lado, se realiza una comparación entre ambos enfoques para determinar el grado en que cada uno impacta en relación al éxito



potencial referido a este proceso, aplicando un calificativo basado en una escala de Likert con un rango de cero a cuatro, de acuerdo a lo explicado en el acápite de método

Enfoque Gradualista (Uppsala)

Según (Pinot, 2017), las Pymes latinoamericanas están en una fase temprana de internacionalización, es decir, predominan las modalidades básicas de exportación e importación, las alianzas estratégicas son pocas y la inversión extranjera directa es prácticamente nula.

De acuerdo a la investigación de (Bardales Obando, 2019) y (León Mendoza, 2007), las Pymes peruanas tienden a realizar exportaciones esporádicas, no se caracterizan por exportar por medio de otros agentes económicos o implementan filiales; el nivel es tan bajo que sólo se enfocan en llegar al primer punto en cuanto al modelo, esto debido a que no se asumen los riesgos inherentes a los procesos de internacionalización. Al respecto, en una investigación realizada por (Farfán, Palomino, & Ruiz, 2018) sobre tres empresas peruanas, encontraron que ninguna de ellas poseía una cultura de asociatividad, aspecto considerado de gran importancia en un proceso de internacionalización, puesto que ello contribuye a reducir los riesgos y la incertidumbre, confirmando que este es un punto débil y a su vez de importancia para participar especialmente en los mercados europeos.

Según los estudios de: (Rave Gómez, Elkin D. , Rubio Andrés, M. ;Gutierrez Broncano, 2018); y, de otro lado por: (Calle Fernandez & Tamayo Bustamante, 2005), en cuanto a las Pymes colombianas, a pesar de estar geográficamente cerca al territorio peruano, asumen un mayor nivel de riesgo al exportar a través de otros agentes económicos, además exportan esporádicamente pero presentan un crecimiento con un mayor nivel de notoriedad.

Por su parte, (Escandón Barbosa & Hurtado Ayala, 2014), en su estudio sobre empresas colombianas, evidenciaron que el número de años de experiencia laboral de los empresarios de las pymes (gerentes y/o propietarios), es una variable fundamental que enmarca la orientación exportadora de estas empresas y ello les permite obtener buenos resultados a nivel internacional, considerando que ello, constituye la variable más importante en lo que compete a una orientación hacia mercados internacionales. La formación empresarial es un pilar significativo para la internacionalización y competitividad de una empresa, ya que la productividad y eficiencia de una organización depende del capital humano que posee, por ello es importante que las empresas inviertan en cualquier tipo de acciones destinadas a mejorar la preparación y las competencias de sus trabajadores. (Zapata, Alessandra, Pardave, & Aida, 2016).



En otro extremo, en cuanto a las Pymes españolas, según (Martínez Mora, 2000), estas muestran un grado de compromiso fuerte pues llegan hasta el tercer escalón de gradualidad, las empresas que comenzaron a exportar esporádicamente, no se conformaron pues siguieron creciendo mediante la intervención de otros agentes económicos y hay registros acerca de que dichas Pymes han establecido filiales en países con mismo nivel cultural; por otro lado, (Galán Zazo, González Benito, & Galende del Canto, 2000), señalan que al parecer se confirma la secuencia descrita por la escuela de Uppsala como lógica para abordar los mercados internacionales; pues, las empresas Castellano-leonesas cooperan con otras compañías extranjeras y efectúan inversión directa después de que han adquirido experiencia en los mercados exteriores por medio de la exportación, debido a que ésta modalidad implica menor incertidumbre y riesgo.

(Gonzalez Sanz & Martin Machuca, 2015), resaltan las estimaciones presentadas en su investigación, sobre el impacto positivo que se presenta en la internacionalización, por medio de la inversión extranjera directa, ello en relación a la probabilidad de exportar de las Pymes y su diversificación hacia los mercados emergentes.

(García Canal, Esteban; Guillén Rodríguez, Mauro Federico; Valdés Llana, 2012) Ha habido una propensión creciente a emplear adquisiciones y filiales de plena propiedad como modos de entrada. De hecho, en el período 1986-2010 recogido en nuestra base de datos las adquisiciones (considerando tanto las totales como las parciales y compartidas) han sido el modo de entrada más utilizado. No obstante, la crisis financiera y económica ha provocado que en los cuatro últimos años esa propensión a utilizar adquisiciones y filiales se haya visto interrumpida, pasando a recobrar un papel preponderante las concesiones administrativas y los acuerdos de cooperación.

Teniendo en cuenta los resultados y aseveraciones contenidas en las investigaciones desarrolladas por los autores citados líneas arriba y utilizando la escala de evaluación aludida en el acápite anterior, en la Tabla 1, se presenta el grado de intensidad de internacionalización de Pymes, de acuerdo al enfoque de Uppsala, para cada uno de los países considerados en el estudio.

Tabla 1: Intensidad respecto al Enfoque Uppsala

FACTOR DE EVALUACIÓN	PERÚ	COLOMBIA	ESPAÑA
1. Exportación esporádica	4	4	1
2. Exportación a través de otros agentes económicos	0	3	3
3. Establecimiento de filiales comerciales en el exterior	0	0	4
4. Implementación de filiales productivas	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 1, podemos apreciar que las Pymes del Perú en relación a las de Colombia y España, muestran los calificativos más desfavorables en cuanto a su grado de internacionalización de acuerdo al enfoque Uppsala; sus grados de exportación son muy esporádicos, no realizan exportaciones a través de otros agentes económicos, no tienen establecidas filiales comerciales en el exterior y tampoco tienen implementadas filiales productivas en el exterior.

El caso de las Pymes colombianas, presentan también grados de exportación esporádicos, no tienen establecidas filiales comerciales ni filiales productivas en el exterior, pero si realizan exportaciones a través de otros agentes económicos, lo que implica un mayor nivel de desarrollo de sus exportaciones, respecto a las Pymes peruanas.

En cambio, en el caso de las Pymes españolas, respecto a su grado de internacionalización, sus exportaciones no son esporádicas, tienden a ser frecuentes, utilizan otros agentes económicos para sus exportaciones y cuentan con filiales comerciales establecidas en el exterior, sin embargo, no cuentan con filiales productivas implementadas en el exterior.

Enfoque del modelo de Recursos

En cuanto a recursos de la empresa las Pymes peruanas en los estudios realizados por (Bardales Obando, 2019) y (León Mendoza, 2007) se determina que la experiencia empresarial de la empresa determina que tenga mayor éxito en el proceso de internacionalización pues to que acompañado del nivel de educación que lo dirige y tamaño de la empresa tendrá mayor éxito en el proceso de internacionalización.

Según (Galán Zazo et al., 2000) en su investigación obtuvo una relación positiva entre tamaño y formas de organización con IDE. Las empresas con volúmenes de facturación superiores a los 2.500 millones de facturación son más propensas a efectuar IDE.



Por otro lado, (González Fuentes & Gómez Torres, 2008) muestran que en los resultados obtenidos de la revisión teórica y la evidencia empírica nos han permitido identificar que la expansión internacional de la pequeña y mediana empresa familiar está condicionada por una serie de factores inherentes a su naturaleza y tamaño.

Para (García Canal, Esteban; Guillén Rodríguez, Mauro Federico; Valdés Llana, 2012) Las empresas españolas han fundamentado su expansión internacional en el desarrollo y explotación de capacidades distintas de las tradicionales, tales como habilidades políticas, capacidades organizativas, de dirección, relacionales y de ejecución de proyectos.

Sobre el perfil de las empresarias entrevistadas para (Cirilo López, Olga A.; Toralva Fernández, 2017) en su investigación se aprecia que se caracterizan por tener sus capacidades y habilidades gerenciales, como la perseverancia, compromiso, constancia, disciplina, determinación, creatividad y pasión por lo que hacen. Destacando su actitud competitiva, arriesgada, innovadora, visionaria y consecuente con sus objetivos. Así como un liderazgo marcado que les ha ayudado a afrontar el proceso de internacionalización.

En cuanto a las Pymes colombianas pues en los estudios realizados por (Calle Fernández & Tamayo Bustamante, 2005) y (Rave Gómez, Elkin D. , Rubio Andrés, M.; Gutierrez Broncano, 2018) presentan la misma similitud con la diferencia que el factor en cuanto al nivel de educación de la persona que dirige no se hace notar por lo cual no es un grado de intensidad fuerte en cuanto a su internacionalización.

Por último en cuanto a las empresas españolas en los estudios realizados por (Martínez Mora, 2000) la experiencia profesional junto a la educación de la persona que dirige impactan, puesto que a mayor nivel de educación del dueño que ya cuenta con experiencia en el mercado acompañado del tamaño de su empresa puede desarrollarse mejor en el extranjero, resaltar que estas empresas realizan alianza estratégica con otras empresas para crecer caso que no se da en Perú y Colombia.

Tabla 2: Intensidad respecto al Enfoque de Recursos

FACTOR DE EVALUACIÓN	PERÚ	COLOMBIA	ESPAÑA
1. Carácter de la propiedad de la empresa	1	0	0
2. Experiencia empresarial	2	3	4
3. Nivel de educación de la persona que dirige	4	4	4
4. Tamaño de la empresa	3	3	3

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 2, podemos apreciar que las Pymes Peruanas muestran un cierto grado de predisposición por cada factor de evaluación, pero resaltando que su internacionalización sobresale más el Factor de educación y tamaño de empresa, esto nos muestra que este enfoque predomina en las Pymes; es así que mientras la persona que dirige cuente con los estudios y la experiencia en el mercado, esto determinara que pueda tener una mayor predisposición a internacionalizarse; el tamaño de la empresa complementa al factor principal pues ese le ayudara a lograr un mayor compromiso y generar ganancias.

En cuanto al desarrollo de las Pymes tanto en Colombia y España el proceso de internacionalización se rige bajo el concepto de capacitación de la persona que dirige esto hace que una Pyme tenga mayor éxito en cuanto a internacionalizarse, el factor del tamaño es un factor complementario puesto que el nivel de preparación y experiencia en el mercado hace que la Pyme se mantenga en el tiempo y pueda conseguir los objetivos trazados en los nuevos mercados.

Finalmente según lo ampliamente comentado a los resultados expuestos tenemos una diferencia entre cada país , lo que demostraría el nivel de compromiso que tiene cada país en cuanto a la internacionalización, podríamos afirmar que de acuerdo a la búsqueda bibliográfica que los países europeos están más dispuestos a asumir riesgos al salir al exterior mientras que países latinoamericanos le huyen a este aspectos pues valoran la seguridad en cuanto a exportar mediante un tercero que le ofrece seguridad y asume el riesgo, además de que en dichos países la asociatividad muchas veces es nula.

Es cierto que existe limitaciones en este tema debido a que la información obtenida relativamente es poca, pues del tema tratado no hay muchas investigaciones que determinen que método repercute más en una empresa, pero lo que si es cierto es que



ambos métodos nos ayudan a entender mejor como las empresas pasan de un mercado local a uno internacional.

CONCLUSIONES

La internacionalización de las Pymes de acuerdo a la bibliografía revisada podemos afirmar que en Perú y Colombia está a nivel de la internacionalización comercial más no a nivel de la internacionalización contractual o de inversión directa, puesto que requieren de mayor compromiso y recursos ante los mercados internacionales. A la vez de acuerdo a los diferentes niveles de internacionalización comercial, las Pymes en estos países se encuentran, en promedio, en las primeras etapas del mismo ya que predominan las exportaciones de manera discontinuada e indirecta. En la mayoría de casos revisados se utiliza la estrategia de exportación indirecta donde realizan la venta de su producto a los comerciantes extranjeros, pero en el mercado local. Caso contrario se da en países europeos como España que buscan la eficiencia de recursos mediante filiales en el exterior captando nuevos mercados.

Los principales factores que determinan que una Pyme se internacionalice según nuestra investigación son: Primero, el nivel de educación (preparación) alcanzada por la persona que dirige la empresa y la experiencia empresarial adquirida de manera doméstica, como segundo aspecto tenemos el tamaño de la empresa ya que en la medida en que el gestor de la empresa este mejor calificado poseyendo una mayor experiencia empresarial y que aumente el tamaño de la empresa, aumenta la probabilidad de que las Pymes se internacionalicen.

También podemos concluir que en cuanto al tema de asociatividad países como Perú y Colombia carecen de este factor, factor que no les permite asumir mayores riesgos; muy por el contrario, España ha logrado ser lo que es por aplicar el tema de asociatividad entre empresas del rubro haciendo estrategias y distribuyendo el riesgo entre las alianzas formadas, esto permite un mayor desarrollo y compromiso a nivel de internacionalización; nos falta imitar este aspecto para desarrollarnos y ponernos a la par de países de primer orden.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arbaiza, L. (2014). *Cómo elaborar una tesis de grado*. Lima, Perú: Tarea Asociación Gráfica Educativa.
- Bardales Obando, E. A. (2019). Factores que influyen en la internacionalización en pymes de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015. *Repositorio academico UPC*, 58. <https://doi.org/10.19083/tesis/626295>
- Calle Fernandez, A. M., & Tamayo Bustamante, V. M. (2005). Estrategia e internacionalización en las pymes: caso Antioquia. *Estrategia e internacionalización en las pymes*.
- Cirilo López, Olga A.; Toralva Fernandez, B. P. (2017). Internacionalización de las empresas peruanas lideradas por mujeres (Vol. 53). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Diaz campo, D. M. (2015). Modelos de Internacionalización para PYMES-sector Textil (prendas de vestir) en Bogotá D.C. (Enmarcados en Born Globaly Uppsala). *Revista estudiantil via libre*, 6, 12.
- Escandón Barbosa, D. M., & Hurtado Ayala, A. (2014). Los determinantes de la orientación exportadora y los resultados en las pymes exportadoras en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(133), 430-440. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.05.002>
- Farfán, S., Palomino, S., & Ruiz, F. (2018). *Análisis de los factores que inciden en la exportación de las Mypes del sector textil confecciones. Casos de estudio: Corporación Stealth, Nevih Plus Size y Pijamas Rozzé Latina del Emporio Comercial de Gamarra*. PUCP.
- Fernandez, Z., & Nieto, M. J. (2005). La estrategia de internacionalización de la pequeña empresa familiar. (22), 107-126.
- Galán Zazo, J., González Benito, J., & Galende del Canto, J. (2000). Factores determinantes del proceso de internacionalización: el caso de Castilla y León comparado con la evidencia española. *Economía industrial*, (333), 33-48.
- Gálvez, I. (2003). La formación de la estrategia de selección de mercados exteriores en el proceso de internacionalización. Las Palmas de Gran Canarias.
- García Canal, Esteban; Guillén Rodríguez, Mauro Federico; Valdés Llana, A. (2012). La internacionalización de la empresa española. Perspectivas empíricas. *Papeles de economía española*, 1-36.



- González Fuentes, M. V., & Gómez Torres, A. (2008). La PYME familiar española y su internacionalización Situación actual y perspectivas. *EAE Business School*, 1-32.
- Gonzalez Sanz, M. J., & Martin Machuca, C. (2015). La internacionalización de las pymes españolas: principales desarrollos recientes y sus determinantes. *Boletín Económico Banco de España*, 43-53. Recuperado de [http://www.bde.es/ff/webbde/SES/Secciones/Publicaci ... Fich/be1512-art2.pdf](http://www.bde.es/ff/webbde/SES/Secciones/Publicaci...Fich/be1512-art2.pdf)
- Hernandez M, J., & Fuentes, G. (2015). <http://www.ujaen.es>. (I. E. (ICEX), Ed.) Recuperado el 2 de 01 de 2007
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw Hill.
- Jiménez Palmero, A. (2008). La internacionalización de la empresa a través del enfoque de recursos y capacidades. *Gestión Joven*, (2), 4.
- Johanson, J., & Vahlne, J. (1977). The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Markets Commitment. *Journal of International Business Studies*, 23-32.
- Johanson, J., & Wiedersheim Paul, F. (1975). The Internationalization of the Firm Four Swedish Cases. *The Journal of Management Studies*, 305-322.
- Johnson, G. y. (2001). Dirección estratégica. Madrid: Prentice Hall.
- León Mendoza, J. (2007). Las Pymes Peruanas : Caso Sector Confecciones. *Consortio de Investigación económica y social*, 0-102.
- Madrid, A., & Garcia, D. (2004). Los determinantes de la intensidad exportadora: un análisis comparativo entre empresas españoles e italianas del sector textil-confección (Vol. 26). Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa.
- Martínez Mora, C. (2000). Determinantes en la internacionalización de las pymes: casos de estudio en Alicante. *Economía industrial*, (332), 149-162.
- Medina, G. A. (2006). Causas de la internacionalización de la empresa. <https://ebookcentral.proquest.com>.
- Pinot, F. (2017). La Internacionalización de las Pymes Latinoamericanas y su Proyección en Europa. *Perspectivas económicas*, 64. <https://doi.org/10.12858/0317ES>
- Quer, D., Claver, E., & Molina, J. (2006). Riesgo, distancia cultural y estrategia de entrada:nueva evidencia empírica en el proceso de internacionalización de la empresa española. *Boletín Económico del ICE*(2875), 13-21.



- Rave Gómez, Elkin D. , Rubio Andrés, M. ;Gutierrez Broncano, S. (2018). Factores claves en la internacionalización de las Pymes: estudio empírico en el sector textil confección del área metropolitana del Valle de Aburrá (Colombia). *Revista espacios*, (2016), 18. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n34/a18v39n34p18.pdf>
- Rialp, A. (1999). Los enfoques Micro - organizativos de la intyernacionalizacion de la empresa:una revision y sintesis de la literatura. *Informacion Comercial Española*(781), 117 - 128.
- Simón Otero, M. Á. (2008). *Internacionalizacion Business Pocket*. España: Netbiblo.
- Suárez, S., Olivares, A., & Galvan, I. (2002). La expansion de los emrcados de exterior y el tamaño empresarial: el caso de las empresas exportadoras canarias. *Informacion comercial española*(802), 83-97.
- Valenzuela, A. (2000). Modelo de capacidades para la internacionalizacion de la empresa exportadora española. *Cuadernos de Economia y Direccion de Empresa*(5), 91-110.
- Villarreal, O. (2005). L a internacionalizacion de la empresa y la empresa multinacional: una revision conceptual contemporanea. *Cuadernos de Gestión*, IIIII(2), 55 - 73.
- Zapata, M., Alessandra, C., Pardave, G., & Aida, M. (2016). *La Internacionalización y su realacion con la competitividad de las Pymes exportadoras textiles ubicadas en Lima metropolitana*. Universidad San Ignacio de Loyola.