



Innovación estratégica de internacionalización en las pymes colombianas.

Strategic innovation of internationalization in Colombian Pymes.

Autores

Laura Natalia Zoque Peñuela¹
Angie Lorena Arévalo Venegas²
Kelly Johanna Robayo Delgado³

Resumen

El artículo demostró las principales estrategias contribuyentes en la innovación de la internacionalización en las empresas pymes colombianas describiendo las diferentes características internas y externas reconocidas para fortalecer las debilidades a la hora de expandirse en el mercado internacional. Son diferentes herramientas que se manejan en el entorno global frente a capitalizar las oportunidades en la comercialización de productos y servicios así mismo el enfrentamiento de los nuevos retos a corto, mediano y largo plazo en las negociaciones. Los hallazgos de los estudios y teorías planteadas que enfatizan las oportunidades de crecimiento que las empresas Pymes Colombianas fueron modelos que buscan seguir incentivando a los gerentes a desarrollar sus conocimientos financieros, modernos, estratégicos e innovadores frente a la competencia, obteniendo mejores oportunidades de expandirse al extranjero y restableciendo sus niveles de competitividad exportadora e impulsándola hacia el nuevo paradigma en la formación del capital humano para reconocer los factores productivos en la apuesta empresarial del exterior.

Palabras Clave

Innovación, estrategia, pequeña empresa

¹ Administradora de Empresas, Fundación Universitaria del Areandina

² Contadora Pública, Universidad Minuto de Dios

³ Contadora Pública, Universidad de Cundinamarca

Abstract

The article demonstrates the main strategies that contribute to the innovation of internationalization in Colombian SMEs, describing the different internal and external characteristics recognized to strengthen the weaknesses in time to expand in the international market. There are different tools that are handled in the global environment in order to capitalize on the opportunities in the marketing of products and services as well as the confrontation of the new direct short, medium and wide spaces in the negotiations. The verification of the studies and theories proposed that emphasize the growth opportunities that Colombian SMEs have provided models that seek to continue encouraging managers to develop their financial, modern, strategic and innovative knowledge against the competition, obtaining better opportunities for expansion. . abroad and recover their levels of export competitiveness and promote the new paradigm in the formation of human capital to recognize the productive factors in business entrepreneurship from abroad..

Keywords

Innovation, strategy, small business

Introducción

La innovación estratégica de internacionalización en las Pymes colombianas es un tema de constante controversia en el mundo de negocios, debido a la pregunta que se plantea acerca de cómo internacionalizar las compañías en un entorno de exigencia global y qué estrategias se podrían tener en cuenta para lograrlo.

En caso específico de las pequeñas empresas, se observa que la idea de superación en mercados exteriores han generado bastante polémica, debido a condiciones tecnológicas y culturales las cuales permiten el acceso como posible solución. Para Colombia, algunas regiones hasta ahora inician a conocer este proceso, esto desata sosiego antes las necesidades del mercado.

En esta investigación el objetivo se trata de realizar un análisis acerca de las estrategias más importantes en temas de internacionalización en las Pymes.

En Colombia, las empresas y los gobiernos se han interesado por tener crecimiento constante desarrollando las políticas económicas y sociales con nuevas estrategias de inversión en innovación e investigación para potencializar los distintos productos y servicios prestados para que estos se puedan ofrecer a nivel internacional, celebrando tratados bilaterales y multilaterales con diferentes países. Se fortalecieron las nuevas revoluciones internacionales en época de los 90 cuando el Presidente Cesar Gaviria Trujillo (1990-1994) mantuvo su gobierno; con las reformas se abrieron los escenarios mundiales llevando al país a una participación mayor en los distintos debates en la internacionalización de las relaciones económicas, creando nuevas alianzas comerciales. Se reconoce que en un país como Colombia, la mayoría de las compañías son (pymes) representando el 99,5% del parque empresarial nacional (Murillo y Restrepo, 2016).

Las pequeñas empresas traen consigo una serie de dificultades en comparación con las organizaciones más grandes, entre ellas se destacan: El poco flujo de efectivo y los valores de prestaciones sociales en la mano de obra al punto que deben adquirir apalancamiento financiero para elaborar los productos que serán exportados afectan a su vez sus precios frente a los de la competencia de los países con bajos costos generando obstáculos al intentar asumir nuevos desafíos antes futuras negociaciones.

Dado lo anterior, se sugiere intensificar las estrategias de manera que se genere un crecimiento de supervivencia constante y paulatino, este tipo de organizaciones deben ir acompañados de un reajuste mucho más sólido y equilibrado (Segarra y Callejón. 2000). Se deben emplear estrategias políticas que se orienten al progreso de su productividad, competitividad e innovación.

El tema empresarial actualmente está siendo positivo sobre las nuevas posturas emprendedoras de las Pymes al llegar a un nuevo nivel de querer ser exportadores reconociendo

los pro y contra presentados, el ambiente social y la medición de control internacional. Así mismo están en constantes procesos de transformación en la innovación aplicando mejores alcances de tecnología que juegan un papel fundamental.

Planteamiento del problema

Las Pymes representan la mayoría de empresas en Colombia, aunque tienen un alto nivel de dificultad para ser innovadoras por falta de recursos. El gobierno es uno de los más influyentes para que haya un vacío de acompañamiento en el manejo de nuevas estrategias como financieras, tecnológicas, productivas e intelectuales, con esto se entiende que no se cubre la parte de las necesidades para focalizar los beneficios que se le deben dar a las Pymes para consolidar un mejor resultado frente a las competitividad internacional.

Las empresas Pymes están fallando debido a la falta de interés en asunto de innovación y conocimiento colocando una gran barrera para demostrar su potencial frente a las empresas del exterior. Se debe entender que la globalización es un reto constante con altos desafíos en estrategias de visión a largo tiempo analizando los diferentes escenarios que puedan ocurrir en el camino empresarial.

Con la difícil situación que enfrentan las Pymes en Colombia debido a la pandemia y al cese de actividades económicas, se presentaron varios avances en la adopción de las tecnologías digitales aunque todavía falta un camino largo por recorrer. Según ANIF⁴ aproximadamente desde el año 2017 las pymes han venido en un crecimiento constante de conocimiento, donde algunas empresas no manejaban páginas web, otras no hacían uso de las distintas redes sociales y el resto no tenían un buen manejo de e-commerce. Actualmente es posible que dichas cifras cambiarán y aumentarán demostrando que se deben integrar estas herramientas entre todos los sectores empresariales para así obtener ventajas que los ayuden a entender la nueva era de la globalización. (Organización Mundial del Comercio, 2013)

⁴ ANIF - Asociación Nacional de Instituciones Financieras

Se ha logrado evidenciar los temas de innovación en las Pymes, sus debilidades y fortalezas al momento de internacionalizarse, las cuales deben analizarse a partir de las estrategias de marketing siendo uno de los elementos de mayor énfasis en el futuro, con el fin de dar contexto al encontrar en las compañías la oportunidad de entenderse internacionalmente. Mediante varias metodologías evaluativas que llevan al análisis que se requieren para lograr implementar cuatro posiciones emergentes demostrando la transformación, bienes asequibles, inconvenientes y dificultades de investigación enfrentados por las empresas a internacionalizarse. (Palacio, Velasquez, Marin, 2017)

Las pymes Colombianas en uno de los sectores con más crecimiento fueron las industrias con un 17% en enero, febrero y marzo del año 2018 de acuerdo con el DANE⁵, obteniendo que 10 de los 14 ramos pertenecientes a la economía naranja incursionan de modo considerable en los negocios tales como telecomunicaciones, servicio de call center e informática, de esta manera logran expandirse a países como Canadá, Estados Unidos y Ecuador. (DANE, 2018)

Frente a las exposiciones según el tipo de cambio a través de la moneda refleja un riesgo inherente en las pymes ante la cobertura de su actividad económica, también deben buscar reducir los derivados de las divisas buscando estrategias de transacciones internas con subsidiarias extranjeras y financiamiento de deuda en moneda extranjera. Así mejorando las condiciones de los productos, obteniendo la dirección más clara en los riesgos financieros.

Se destaca el tema de la economía emergente que ha accedido a avanzar en la capacidad competitiva, aunque esto conlleva a comprometer riesgosamente los saldos según las diferentes variaciones de tipo cambio que conlleva a buscar una solución para el uso de las garantías de operación o financiación en las Pymes. (Álvarez, Pérez, Núñez, 2018)

Por medio de análisis estadísticos de Pro Colombia se identifica que algunas de las medianas empresas que exportan logran despachar alrededor del 41% en comparación a otras que no son internacionales. Sigue siendo un reto lograr que las pymes apuesten en la internacionalización aprovechando nuevas alianzas en el mercado para así tener una

⁵ DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística

recuperación en materia económica de América Latina según FMI y WEO⁶ obtuvo un 19% dentro del año 2018. (Pro Colombia, 2020)

Se debe tener en cuenta que varias investigaciones revelan que las empresas Pymes aportan el 40% del Producto Interno Bruto según ANIF y el estudio de marcó del 18 Congreso de la Cámara de Comercio Internacional, informa que son una parte importante de la economía al contribuir con la competencia y circular internamente los recursos para incentivar el emprendimiento. Si bien es cierto, Colombia cuenta con un buen clima empresarial con el cual puede emprender y a su vez definir estrategias que lo lleven a objetivos claros para generar habilidades internas y externas. (ANIF, 2021)

Objetivo General

Analizar la innovación estratégica de internacionalización en las pymes colombianas.

Objetivos específicos

1. Identificar las diferentes estrategias que usan las empresas Pymes en Colombia para internacionalizarse.
2. Describir las diferentes características internas y externas que usan las Pymes en Colombia para reconocer las debilidades y fortalezas al momento de internacionalizarse.

Justificación

A nivel mundial las empresas son la fuente económica del país, Colombia no se queda atrás. De acuerdo al DANE, en Colombia las micro empresas manifiestan ser de un 90 % en productividad; aportando más del 80 % del empleo nacional. (DANE, 2020). En nuestro país, el sector productivo está compuesto por distintos tamaños de empresas, siendo las llamadas PYMES las más representativas en el mercado. La mayoría son compañías locales de las cuales pocas han logrado entrar y avanzar en el mercado internacional.

⁶ WEO - World Economic Outlook

Existen diferentes factores que influyen en el sector empresarial en los cuales tienen presencia los pequeños y medianos empresarios, de lo cual se hace alusión al nivel tecnológico puesto que no cuentan con las herramientas suficientes para elevar su eficiencia y su productividad, el bajo flujo de efectivo como la insuficiencia económica, pues al tener recursos escasos se muestra poco dominio de convencimiento lo cual genera un flujo de caja menor el cual no permite solucionar el día a día operativo. (Ahmad y Raza 2012), la falta de conocimiento en el mercado también es uno de los causantes del fracaso de las pequeñas empresas debido a que no están tan al tanto de las herramientas disponibles para comunicar y potenciar dicho producto y servicio; dado lo anterior se puede llegar a incidir en los estándares de comparación que con otros tipos de empresas son un poco más competitivas y ventajosas.

Este artículo se basa en analizar las estrategias de innovación a consecuencia de investigaciones, estudios, en lo que se resalta la participación de Franco-Ángel y Urbano (2010, 2014, 2016), Dini y Stumpo (2018) y Frohmann, Mulder y Olmos (2018) que implementan los pequeños y medianos empresarios de Colombia, con miras a perfeccionar la capacidad en el ingreso debido al mercado internacional y así mismo, desarrollar metas y objetivos claros que sean representativos frente a las actividades innovadoras sobre el origen innovador constante, transformándose en el inicio de una transformación positiva socialmente, que tiene como objetivo aumentar su productividad y así aprovechar el máximo potencial para generar empleos de calidad y fomentar la participación de exportaciones, lo que generará impactos positivos a la internacionalización de las pymes siendo una condición para un desarrollo más inclusivo en el mercado, a medida que se modernizan de acuerdo a su capacidad, de tal manera que logre aumentar sus beneficios perdurando y permitiendo organizar sus estrategias.

De esta manera, se busca que el nivel de productividad de este tipo de empresas pymes del país no se siga viendo afectado por el bajo índice de tecnología y financiamiento para ingresar a la internacionalización. en tal sentido, que se logren identificar las diferentes estrategias que se han venido implementando a lo largo de esta década analizando las empresas que no han querido conformar el grupo de exportadoras.

Colombia debe ser un país receptivo al cambio, para esto se considera valioso emplear un desarrollo político que genere altamente encaminar la integración y eficiencia necesitada, de esta manera se refuerza el tema económico, humano, cultural y político. Las empresas Pymes Colombianas, han empezado a entender que las estrategias de internacionalización e innovación son necesarias de manera que se permita la expansión a nuevos mercados generando mayor oferta. Actualmente, se impulsa una buena administración innovadora como clave para mantenerse dentro del mercado como una empresa competente y sostenible, este factor ocasiona la supervivencia y el éxito empresarial.

Por último y no menos importante, la internacionalización es un proceso general que busca la necesidad de encontrar nuevos mercados como respuesta a la fuerte y amplia competencia dentro de un mercado en general. Esta debe tomarse como una actividad estratégica dentro de las Pymes, al mismo tiempo se hace necesario utilizar estrategias de internacionalización que ayuden a las empresas colombianas.

Antecedentes

La presente investigación se basa a partir de la innovación estratégica en las pymes colombianas, siendo aquellas posicionadas en Colombia como el mayor porcentaje de empresas que generan el fuerte económico y que luchan diariamente empleando estrategias de innovación para poder realizar procesos de internacionalización, teniendo un mejor desempeño en los mercados competitivos del exterior alcanzando una mayor expansión económica. Estos estudios se realizan a nivel internacional y nacional, describiendo en orden cronológico su importancia y evolución en el tema de la innovación estratégica de internacionalización en las pequeñas empresas.

En Venezuela (Grueso, Merli y Rey, Claudia, 2008-2013), realizó un estudio de construcción de un Modelo Integral de Organizaciones Saludables enfocado a los programas de iniciación y apoyo a la exportación que fueron creados se prolongaron, no obstante, se encontraron otros diversos programas con el fin de alentar a las pymes con productos exportables que generarán ganancia fuera de España y de esta manera, reducir el descenso del consumo

nacional. Con el tiempo estos últimos programas se fueron especializando por sectores, fases y factores geográficos, tamaño y organización. Dado lo anterior, es primordial aceptar que el compromiso de gerencia y recursos disponibles ha dependido del hecho continuo o abandono de la actividad internacional.

En España, (Moreno, María 2013). Generó una transformación la cual se debió a la salida al exterior de aquellas empresas que antiguamente se acomodaron al mercado nacional. De acuerdo a su tesis doctoral titulada “Las actividades de predesarrollo en la innovación de productos: determinantes y resultados”, explica que debido a esta situación de demanda interna se alentaron a encontrar mejores beneficios. Con relación a esto, las distintas compañías que se internacionalizaron en este periodo aprovecharon la crisis económica doméstica, la bajada del consumo nacional y la necesidad de vender la producción en otros mercados, lo que generó campo a dos grupos de empresas: las que empezaron a exportar y vieron posibilidades que antes no habían contemplado y las que solo buscaron una solución temporal al problema doméstico (Se consideró como un salvavidas).

En Chile según artículo realizado por (Durán, José y otros, 2013), acerca de “Empleo y comercio exterior en América Latina y el Caribe”, expone que la globalización empieza a conectar más economías, por lo que las empresas se ven provocadas a la posible expansión hacia otros países, a pesar que aún se mantienen las diferencias entre ellos. Las empresas pequeñas y medianas empresas, dentro de un modo globalizado y diligente, deberán hallar la solución o estrategia para un desarrollo y dilatación a nuevos mercados, donde tendrán que sobrepasar muchas premisas para poder alcanzar sus objetivos, claramente la globalización impulsa la transformación en donde las pymes deben vencer obstáculos que les permitan incursionar a las alianzas Globales de Valor, venciendo obstáculos geográficos y técnicos.

En Venezuela (Carrasco, Edmary, 2014). De acuerdo a su artículo sobre Aportes teóricos para el estudio de la innovación en Latinoamérica, nombra que Colombia tiene 13 acuerdos comerciales vigentes con entradas a empresas en mercados internacionales, en donde se espera estos favorezcan otras estrategias que permitan un mejor proceso de internacionalización en las pymes quienes tienen desafíos como medidas sanitarias y fitosanitarias, normas técnicas, homologaciones, entre otros procesos que para el país no han sido tan beneficiosos.

Posteriormente, en Colombia, en la ciudad de Medellín (Botero Meza, 2012) realiza una investigación llamada Modelos de internacionalización para las pymes colombianas allí habla de la innovación estratégica sobre la internacionalización en las Pymes partiendo de la historia en el ámbito de tecnología y política de la ciencia en dicho país la cual, inició en la década de los sesenta atravesando por varias etapas marcadas en diferentes perspectivas en los modelos de gobierno del presidente Carlos Lleras Restrepo, que buscaba una renovación de la política industrial e intentaba transformar la sociedad en el aspecto agrario y tradicionalista en una sociedad industrial moderna.

En Barranquilla en el año 2012, Fernando García plantea en su investigación del Concepto sobre Innovación contribución al análisis PEST que gracias a la globalización Colombia ha logrado tener más fuerza a nivel mundial pudiendo posicionarse como el país con uno de los mejores destinos turísticos de Latinoamérica, siendo un país con una biodiversidad amplia que cuenta con productos de calidad dispuestos a exportarse a diferentes países del mundo, gracias a estos avances el PIB está creciendo al ritmo de la producción del país. Teniendo en cuenta también El Tratado de Libre Comercio (TLC) que se inició con EEUU en donde este abrió puertas a muchos empresarios que por primera vez hicieron su incursión en el mercado internacional siendo este un gran avance para internacionalizarse y desarrollarse económica y socialmente. (García, Fernando, 2012),

En Bogotá en el año 2012, Carlos Méndez destacó la creación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y el Fondo Colombiano de Investigaciones Científicas y Tecnológicas “Francisco José de Caldas” siendo la entidad gubernamental que regula la ciencia y tecnología en Colombia. Bajo un enfoque macroeconómico surgieron los primeros acercamientos a la innovación, centrándose en las características de las empresas innovadoras; según (Méndez, 2012) en su estudio Innovación y desarrollo territorial, enfoca que se presentan ciclos de innovaciones y correlacionarse con los ciclos de expansión económica.

En Málaga - Santander el año 2013, de acuerdo a una investigación realizada en Colombia titulada “Apuntes sobre la internacionalización y la globalización en educación”, destaca la creación de Colciencias en donde se buscaba realizar nuevas estrategias para el desarrollo tecnológico e innovador estipulando esquemas participativos en las nuevas empresas

de investigación y así priorizar proyectos empresariales generando un crecimiento económico que incidirá en la mejora competitiva en los sectores productivos. Para algunos interesados en temas de internacionalización las empresas de alta tecnología se destacan porque trabajan en mercados de otros países sumamente cambiantes, en donde exponen su mayor ventaja sobre la habilidad para analizar, explorar y extender las innovaciones desarrolladas, segmentando varios mercados. (Luzón, A, & Torres, M. 2013)

En Bogotá en el año 2018 Patricia Huechacona, realiza un estudio sobre “Políticas públicas implementadas en Colombia”, habla también sobre la internacionalización de empresas destacando que se ha convertido en un fenómeno bastante llamativo para los empresarios. De este modo, a finales de los años 70 la expansión económica destaca que el mercado tiene crecimiento en espacios a nivel internacional, evidenciado así que las estrategias de internacionalización logran ganar mucha más relevancia en la economía internacional, es por esto que los países no pueden pasar por alto el cambio que se va generando con el paso de los años, es decir, el avance que se ha tenido en materia de tecnología. (Huechacona Fuentes, 2018),

En Cali, la investigación de (Franco-Ángel, M. y Urbano, D, 2019). sobre “Caracterización de las pymes colombianas y de sus fundadores”, señala que en los años 90 con la apertura económica donde no fue la mejor para ese entonces ya que se tuvo una tasa de cambio demasiado baja, se tuvo altas tasas de interés, la balanza de pagos y comercial fue deficitaria, así como también el tema del contrabando, la evasión de impuestos fueron algunos de los problemas que golpearon de alguna manera la economía de nuestro país, para la mayoría de empresarios y trabajadores, campesinos y sectores populares.

En Cali, estudio realizado por (Escandón y Hurtado, 2014) sobre “Compromiso exportador”, un análisis de redes neuronales, explica que, al iniciarse entonces la apertura económica, las empresas no calcularon las consecuencias al abrir campo a mercados competentes de bienes y servicios que ofrecían otros países, lamentablemente a raíz de ello los resultados no fueron los esperados. La superintendencia de sociedades señala que aproximadamente la mitad de las pequeñas y medianas empresas desaparecieron a principios de la década de los 90 porque no eran competitivas en costos y calidad.

En Bogotá (Moreno, Sidia y García, Águeda, 2014), observan que con la nueva generación y la vanguardia respecto a la competencia que genera las importaciones en nuestro país hizo que se realizará un cambio en relación de producción y demanda siendo esta un ápice en la economía colombiana por varios años, en donde muchas industrias y empresas no sobreviven ante la competencia, por ende, muchos sectores de la economía nacional desaparecieron. La capacitación es un antecedente importante pues es el punto de partida para la innovación y para hallar estrategias en la transformación de la internacionalización de empresas colombianas, porque ayuda a tener un impacto positivo en cuanto a capacidad y rendimiento en la vida de cada una de las personas que conforman una empresa.

En Medellín el autor (Londoño T, 2015), en su artículo sobre “Aprendizajes desde la Academia sobre las Pequeñas y Medianas empresas”, resalta la creación de las incubadoras de empresas, estas son entidades sin ánimo de lucro con el fin de apoyar a las Pymes cumpliendo doble función, primero las incubadoras plantean ideas y planes de negocio, promoviendo así la creación de empresas. Segundo funcionan como herramientas de promoción del desarrollo a nivel tecnológico de las pymes. De acuerdo a esto, es importante considerar que el Gobierno a nivel nacional genere el acompañamiento necesario a estas pequeñas empresas, mediante la DIAN, el MINCIT, el ICA, el INVIMA y Pro Colombia, con el fin de esclarecer los desconocimientos acerca del proceso de internacionalización.

En Bogotá, Según (Documento Conpes 3866 de 2016), “Consejo Nacional de Política Económica y Social — CONPES” en la actualidad el país tiene una Política Nacional de Desarrollo Productivo impulsada por el Gobierno nacional, esta pretende dar solución a las falencias que tiene el mercado y lograr un mercado sofisticado y diverso, priorizando mercados productivos de agro alimentos, moda, metalmecánica, químicos y ciencias de la vida, turismo e industrias 4.0. No obstante, aún hay productos del país que tienen inconveniente para internacionalizarse por problemas técnicos o requisitos del idioma.

En Santa Marta (Murillo, M. y Restrepo, L.2016). realiza un investigación sobre “#Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia”, relata que es necesario contar con la capacitación amplia y suficiente para que se pueda crear innovación en las empresas no solamente colombianas, sino a nivel global; ya que los empleados con altos estándares de

educación y capacitación ven una herramienta en el progreso tecnológico al cual se enfrentan día a día para hacer más productivo su trabajo, contrario a lo anterior el personal humano y/o empleados con poca capacitación ven la innovación como una intimidación o un reto difícil de cumplir y tienden a renunciar a ello o simplemente lo rechazan.

Finalmente en la ciudad de Bogotá en el año 2017, de acuerdo con “Revisión sistemática de literatura sobre la internacionalización de la empresa PYME en Colombia”, realizada por (Mora, Acevedo, 2017), resalta que es imperativo la conexión de las pymes con las diferentes universidades a nivel de Latinoamérica, a su vez que podrían adquirir información aplicada y generada, motivando su participación con el sector académico, donde se debe prevaler la asociación y cooperación para encontrar metas con estrategias y fortalecer en conjunto la negociación.

La economía de crecimiento ha observado de manera detallada la capacidad que tienen los diferentes territorios para de alguna manera usar el aprendizaje y el conocimiento en conjunto como un recurso necesario, ya que existe una relación entre transformación y productividad para así mismo con la innovación llegar a ser competitivos, donde el capital humano cumple una función importante para el impulso de la innovación. Las empresas que surgen a medida que adoptan la tecnología en la aplicación de sus diferentes procesos, se convierten en el motor principal en el desarrollo económico y el bienestar de la sociedad para crear una perspectiva macroeconómica de la innovación, la cual es el contrario a un enfoque dirigido a la innovación en las empresas.

Marco teórico

Esta investigación aborda la internacionalización de las pymes Colombianas siendo esta indispensable para la expansión empresarial, lo que genera una transformación económica modernizada, para la implementación de diferentes herramientas estratégicas son el sostén para un desarrollo más participativo en el mundo global. Dado lo anterior, este artículo abarca de manera específica dos temas los cuales son implementados por los pequeños empresarios: Las diferentes estrategias que usan las empresas Pymes en Colombia y posteriormente las características internas y externas que utilizan para reconocer las debilidades y fortalezas al

momento de internacionalizarse. Se debe tener en cuenta, que el gobierno es una de las fichas fundamentales en los procesos bilaterales para tener la seguridad de que los planteamientos que se han venido desarrollando a lo largo del tiempo funcionen en los diferentes acuerdos de TLC⁷.

Estrategias que utilizan las empresas Pymes en Colombia para internacionalizarse

La realidad que afrontan las Pymes Colombianas en la globalización es un reto desafiante para expandir sus ventas minimizando los riesgos y aumentando sus recursos para seguir invirtiendo en la apuesta de la expansión internacional garantizando estrategias de inserción y sostenimiento del mercado. Para precisar un proceso de internacionalización, es importante determinar los modelos y estrategias que se pueden implementar para gestionar el proceso de manera estable y efectiva y los cuales han sido aplicados a lo largo de la historia por pequeñas empresas que actualmente son reconocidas internacionalmente, de manera que sean la inspiración para las demás empresas que están iniciando en este mercado empresarial. Siendo algunos de estos: Modelo exportador, licenciamiento, la inversión extranjera, etc. (Álvarez, Botero, González, 2012)

En materia de internacionalización Pyme, se plantea el reto de la teoría de Juegos manejando una fase inicial donde la suma de los juegos deben dar cero, en esta parte el estado brinda su acompañamiento y las compañías aprenden del avance obteniendo la suma como positiva siendo importante los tipos de pago que recibirán en estos juegos.(Londoño, 2015).Frente a esta teoría hay una certeza de que la cooperación con el estado es importante y por esto han realizado alianzas con la entidad Pro Colombia causando un proceso para llegar a mercados extranjeros contando con equipo de profesionales que busca la identificación de necesidades de las Pymes para tener un cruce y oportunidades mediante la exportación generada.

El Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos, el 15 de Mayo de 2012, intensificó convenientemente los negocios adquiridos en los tipos de Franquicia obteniendo un nuevo contrato y así creando nuevos puntos de conexión claros que le brinda a Colombia seguridad Jurídica y reduce los costos de transacciones (Llain, Insignares, 2016). El hallazgo que realizaron los autores respecto a la parte Jurídica de uno de los tratados de Libre Comercio más

⁷ TLC - Tratados de Libre Comercio Internacional

importantes es aclarar que los empresarios Pymes necesitan abrir nuevos caminos estratégicos obteniendo marcas propias pero siempre sus negociaciones deben ser justas para que los dos países tengan oportunidades económicas..

Se deben sumar los compromisos que tienen las pequeñas empresas partiendo del hecho del comportamiento y actitud, a través de la teoría de redes neuronales llevando a la conclusión de que este tipo de empresas deben estar enfocadas en destinar su capital en las exportaciones, la disposición riesgosa es una estrategia crucial que ayuda a obtener importantes resultados empresariales (Barbosa, 2017). Los análisis del compromiso que tiene el empresario Pyme exportador se enmarcan por diferentes variables que lo llevan al crecimiento en los mercados del exterior, de tal manera que desarrolla estrategias que son alineadas con la economía y el objetivo de Colombia permitiendo a la experiencia del productor generar fórmulas financieras, humanas y de organización administrativa., teniendo en cuenta que los diferentes directivos de las empresas son clave para la toma de decisiones estratégicas, guiando a sus equipos de trabajo para influir en tener los objetivos claros, ahora bien como resultado de un buen desempeño de los líderes se obtienen mejores estándares de competitividad. (Ayala, 2017)

Ante los hallazgos de las teorías anteriores sabemos que los líderes son una parte fundamental en el desarrollo de las empresas Pymes en temas de innovación. En la realidad los retos de globalización se buscan gerentes con estándares de conocimiento altos en los mercados internacionales estando de acuerdo con los autores que son piezas clave para orientar a un equipo de trabajo llevando a cumplir las metas.

Los instrumentos públicos hacia el apoyo de la exportación Pymes en Colombia potencializan su desarrollo aumentando su competitividad. (Alvarez, Lopez, 2018) realizaron una investigación explicativa basada en los procesos inductivos, contemplando la restricción de acceso al financiamiento y la estructura tecnológica. Los resultados mostraron eficiencia en los montos financiados por Bancoldex y el uso del comercio electrónico del programa Mipymes Vive digital, fortaleciendo la capacidad innovadora y mejorando la estructura tecnológica. Estas entidades como lo expresan los autores es verdad y siendo una realidad que demuestra una transformación productiva siendo un esfuerzo de orden público y también privado, conjunto al gobierno de apuesta en la sostenibilidad organizacional

Características que utilizan las Pymes en Colombia para reconocer las debilidades y fortalezas al momento de internacionalizarse

Los desafíos que enfrentan en los procesos de Internacionalización las pequeñas empresas, tienen que ver con los intereses planteados en la organización. No es un secreto que las pymes en su mayoría, cuentan con una serie de dificultades potenciales las cuales les impiden llegar al objetivo plasmado en el exterior, algunas de ellas son estar adaptados al cambio de la globalización quedándose en el mercado local sin generar acciones de innovación, tecnológica, financiamiento, estructura organizacional sin mejorar su desempeño a nivel competitivo, etc.

Entre 1960 y 1970 fueron aplicadas las primeras teorías de internacionalización que estudian el comportamiento empresarial, tres de ellas son el estudio del comportamiento del mercado, su imperfección y su falla, en las que se explican las decisiones que las empresas tomaron para tener auge en otros países. Como principales teorías de esta investigación se encuentran: La teoría de la Ventaja monopolística, desarrollada por Kindleberger (1969) y por Hymer (1976), esta teoría explica los comportamientos de las empresas, las ventajas productivas y los conocimientos que pueden ayudar al crecimiento de una empresa en otros países, aprovechando las diferentes tecnologías a su favor como ventajas competitivas. (Andersen, Zamberi & Meng, 2014)

Las anteriores teorías tienen razón para buscar un desarrollo de las empresas en el mercado internacional se debe revisar sus ventajas competitivas y así conocer sus procesos productivos y tecnologías con el fin de llevar las pymes a otro nivel de capacidad para enfrentar los negocios del exterior.

La teoría de redes habla sobre el crecimiento internacional aplicando cooperación y ventajas competitivas con otras empresas, en donde se puede realizar la inversión extranjera (Tabares,2014). Este punto es importante, pues a la vez en que las pequeñas empresas realizan su procesamiento internacional, minimizan los riesgos quisquillosos nombrados en el párrafo inicial. Esto se difusa de tal manera que configura los componentes, los cuales ayudan a precisar

múltiples beneficios dentro de los procesos y enfrentando los derivados de las dinámicas en la globalización y firmas de Tratado de Libre Comercio (Morales, Vanegas,2015)

Respecto a las teorías de las redes si son importantes las alianzas estratégicas que se realicen entre las empresas obteniendo nuevos recursos en la entrada al mercado del extranjero porque les genera confianza en lo que pueden realizar con sus productos demostrando la eficiencias en sus procesos internos.

La teoría de escalones superiores y la teoría de la orientación empresarial, nos habla acerca de la importancia del papel gerencial en el transcurso internacional mediante peculiaridades de carácter personal. Las cualidades gerenciales son positivas sobre el resultado en el exterior; constancia, educación-conocimiento y experiencia a nivel internacional resultan ser fortalezas significativas y relevantes para la internacionalización de las Pymes.(Tabares, Anzo, Vanegas, 2016). Está muy clara la teoría, siendo cierta que los gerentes son los generadores de la fuerza en la internacionalización en temas de conocimiento e implementación de sistemas innovadores en las empresas Pymes buscando un nuevo grado de competitividad obteniendo resultados favorables de los objetivos.

La transformación de las Pymes Colombianas se observa como una fortaleza potencial pues a medida que el mundo empresarial avanza se debe aportar ideas y reestructurar los protocolos existentes, supliendo las necesidades de los consumidores (Otero, Ruiz, 2018). Se deben reconocer los prototipos innovadores establecidos que realizan como las industrias de alimentos y bebidas en Colombia, adaptadas con el método Propensity Score Matching, el cual reveló que la innovación en un producto impacta positivamente en su proceso de internacionalización en las empresas grandes, mientras estos procesos no los realizan las Pymes. (Barcasnegras, Arbelaez, 2018).

Se detectó que las pymes se han ido centrando en fortalecer la capacidad para desempeñar los procesos de innovación en los negocios de internacionalización, esforzándose para que sus técnicas productivas sean eficientes al responder las necesidades de los mercados. Una de las exploraciones que llevó a cabo la Facultad de Ciencias Empresariales de la Fundación Universitaria Panamericana en el año 2019 es del “uso de las TIC de las empresas

Manufactureras de Bogotá” en donde buscaron identificar cómo los procesos de implementación de transformación digital han avanzado hacia el desarrollo en las técnicas internas, rediseño de productos y servicios que se vuelven nuevas alternativas de negocios para las Pymes Colombianas.

La relación entre Apps y Pymes Colombianas es una transición que ha llevado a los cambios de acción para diversas alternativas que las aplicaciones ofrecen a los usuarios como las soluciones o contenidos que los empresarios pueden presentar. Pueden ser caracterizadas en ayudar a fortalecer la sucesión y el ingreso a la internacionalización (Mondragon, 2019). Es comprensible en términos productivos que genera en pequeñas empresas en Bogotá, de esta manera alcanzan la ganancia de tener un buen potencial a través de múltiples factores en negocios internacionales llenos de virtudes y beneficios determinantes (Sandoval, Moreno, 2019).

Ante la transición de la innovación y las tecnologías en los temas de internacionalización de las pymes es una buena estrategia que se debería reforzar y tener más comprensión en los empresarios Colombianos, porque ofrece una manera distinta del ofrecimiento de los productos y servicios recibiendo respuestas inmediatas de los clientes con una de las mejores herramientas que ofrece el conocimiento cada día mejor al mercado y a su competencia.

Es importante enfatizar que las teorías halladas en este marco lograron identificar las diferentes estrategias de fortaleza implementadas y que han venido siendo transformadas constantemente a medida que se actualizan los distintos temas enfocados en la internacionalización, todo esto acompañado de una cantidad de beneficios innovadores que de acuerdo a la modernización generan grandes oportunidades en mercados alternos e incentivan el sector empresarial.

Resultados

El resultado del análisis de investigación acerca de la internacionalización se entiende en la mayoría de las teorías informadas, al intervenir dentro del entorno de la globalización a diferencia de las medianas y grandes empresas que pueden capitalizar las oportunidades

apoyando la comercialización de productos o servicios de manera nacional e internacional. En los hallazgos se evidencia, que las empresas Pymes Colombianas tienen la oportunidad de crecimiento en el extranjero obteniendo resultados con las nuevas estrategias de innovación, creando nuevos programas y modelos que incentiven a los empresarios en el desarrollo de sus conocimientos en la nueva era de la globalización, así mismo, se considera que en el incremento de la productividad de una empresa pyme tiene un punto clave centrado en la capacitación del personal a su vez que entre más conocimientos tengan los colaboradores de la empresa, más oportunidades tendrán de ayudar a mejorar la producción y de aumentar la rentabilidad del negocio.

En la investigación descriptiva-analítica realizada por (Álvarez, Botero, González, 2012) se hallaron los elementos y estrategias que pueden ser aplicados en las Pymes mostrando niveles bajos de competitividad en exportación comparados con los demás departamentos del país. Frente a este hallazgo se comparte el asunto debido que Colombia, es un país que cuenta con un grado mayor de desigual social y empresarial, el cual afecta las regiones más vulnerables del país, lo que ha generado un cambio con el tiempo debido a que la necesidad de ingresar a un mercado del exterior, ha hecho que las agencias exportadoras inicien planificaciones las cuales apoyen la asistencia jurídica, estudios del mercado, capacitación en idioma extranjero, logrando así potencializar su enfoque y que pueda ser implementado en estas empresas Pymes carentes.

La teoría de la Ventaja monopolística, desarrollada por (Kindleberger, Hymer, 2014), esta teoría explica los distintos conocimientos que influyen en el crecimiento de una empresa en el exterior. Frente a este hallazgo, es importante resaltar que en Colombia, se vienen incorporando estrategias para promover la innovación y así permitir la preparación de las empresas en nuevos conocimientos para impulsar la productividad y competitividad, de esta manera se ayuda a formar un capital humano competente y así, se promueven nuevas estrategias en los factores productivos dentro de la apuesta al exterior.

De acuerdo con (Tabares, Anzo, Vanegas, 2016) en la teoría de escalones superiores y en la teoría de la orientación empresarial, se comenta sobre el papel gerencial en el paso internacional. Frente a este hallazgo, se concuerda con este planteamiento pues las decisiones del líder gerencial de la organización son consideradas como la determinación futura de un posible

éxito internacional, debido a los conocimientos que emplea se esperan estrategias en los distintos mercados fomentando la innovación, emprendimiento, tecnología y ciencia que son sus mayores fortalezas para el crecimiento empresarial.

Según los hallazgos de (Castellanos, Valencia, Hena, 2021) se confirma que la relación práctica y significativa entre la diversidad de acciones de explotación y exploración abiertas a la innovación demuestran una relación más fuerte en ellas, pues llevan a sugerir que la innovación no es la mayor consecuencia en los distintos métodos utilizados en la internacionalización. Frente a este hallazgo, se considera que las pymes generalmente necesitan de recursos que aporten a sus capacidades en la organización dentro de los procesos de innovación, para un proceso en el marco de internacionalización de investigación.

Dado lo anterior, se enfatiza que las mejores estrategias que pueden tener las empresas Pymes son la innovación en la tecnología, manejo organizacional y conocimiento en el mercado internacional, así mismo, pueden buscar el enfoque de sus productos y así alcanzar la aceptación de los clientes en el extranjero.

Conclusión

Con el análisis expuesto en el presente artículo se describieron varias estrategias principales que son significativas para las empresas Pymes colombianas en la nueva era de la globalización, mediante varias teorías y estudios se concluyen las fortalezas claves para el buen funcionamiento y crecimiento en el exterior, siendo planteadas a través del conocimiento e incentivación de los gerentes a la hora de realizar negociaciones en el exterior, desarrollando sus conocimientos estratégicos innovadores frente a la competencia en temas de financiamiento, modernización, posición geográfica; de esta manera se demuestran las habilidades que manejan frente a los mercados internacionales y en los temas competitivos, más allá de examinar su producto o servicio ofrecido.

Los resultados anteriores aportan información destacada de beneficio micro y macroeconómico y a su vez sirve al gobierno para ampliar políticas encaminadas a la generación de factores que permitan a las pymes internacionalizarse. Se debe suministrar a las empresas un

marco de referencia que puedan desarrollar y fortalecer en la internacionalización de la misma manera, en que se fundamentan como empresas competitivas dentro del mercado de manera local. En Colombia dependiendo del modelo de negocio, las empresas reducen sus alternativas solamente a la exportación de bienes y servicios; de esta manera, se considera que la internacionalización es un propósito que aporta objetivos en las empresas pymes para lograr una práctica en el desarrollo de su proyección en la internacionalización de sus negocios y así potencializar las alianzas estratégicas con otros mercados.

Las Pymes deberán trabajar sobre el método de crecimiento y expansión para lograr la entrada a nuevos mercados internacionales, superando retos y obstáculos que le impidan realizar sus procesos de internacionalización, debido a la fuerte competencia generada en el entorno del exterior. De alguna manera, el escaso acceso a recursos y el poco conocimiento del mercado de otros países dificulta que este reto sea superado por las Pymes, que a su vez carecen de innovación estratégica para lograrlo.

Bibliografía

Ahmad, M. y Raza, K. (2012). The optimal relationship of cash conversion cycle with firm size and profitability. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2 (4), 189-203.

Andersen, P, Zamberi, S & Meng, W. (2014). Revisiting the theories of internationalization and foreign market entry mode: a critical review. *International Journal of Business and commerce*, vol.4(1), 37-86.

Andrews, S. Fastqc, (2010). A quality control tool for high throughput sequence data.

Andrea Patricia Huechacona Fuentes (2018): "Estudio sobre políticas públicas implementadas en Colombia - Bogotá D.C (2008 – 2017), con el fin de fomentar la internacionalización de las pymes", *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (diciembre 2018).

Angulo-Ruiz, F., Pergelova, A., y Wei, W. X. (2019). How does home government influence the internationalization of emerging market firms? The mediating role of strategic intents to internationalize. *International Journal of Emerging Markets*, 14(1), 187-206.
<https://doi.org/10.1108/IJoEM-08-2017-0274>

Ardic, O.P., Mylenko, N. y Saltane, V. (2011). Small and medium enterprises: a cross-country analysis with a new data set. *The World Bank Policy Research, Working Paper 5538*, 1(1), 1-30.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-0106.2012.00596.x>

- Arroyane Sabrina Tabares, Munera Edith Anzo, Vanegas Juan Gabriel, (2016) Internacionalización y pymes: un análisis de las características de los directivos. ISSN: 07981015
- Augen, J. (2004). Bioinformatics in the post-genomic era: Genome, transcriptome, proteome, and information-based medicine. Addison-Wesley Professional.
- Ballesteros, D. Balleteros, P. & Jaramillo, W. Propuesta para la internacionalización de las pymes del Eje Cafetero. En: Scientia et Technica. Diciembre, 2011. vol.49, p. 50-55. <http://dx.doi.org/10.22517/23447214.1469>.
- Bae Sung,C, Know Taek Ho, Park Rae Soo(2018)Managing exchange rate exposure with hedging activities: New approach and evidence ISSN:10590560
- Barbero, J., Casillas, J. y Feldman, H. (2011). Managerial capabilities and paths to growth as determinants of high-growth small and medium-sized enterprises. *International Small Business Journal*, 29(6), 671-694. <https://doi.org/10.1177/0266242610378287>
- Benzing, C., Chu, H. y Orhan, K. (2009). Entrepreneurs in Turkey: a factor analysis of motivations, success factors, and problems. *Journal of Small Business Management*, 47(1), 58-91. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2008.00262.x>
- Blankenberg, D., Kuster, G. V., Coraor, N., Ananda, G., Lazarus, R., Mangan, M., ... & Taylor, J. (2010). Galaxy: a web-based genome analysis tool for experimentalists. *Current protocols in molecular biology*, 19-10.
- Bolger, A., & Giorgi, F. Trimmomatic: A Flexible Read Trimming Tool for Illumina NGS Data. URL <http://www.usadellab.org/cms/index.php>.
- Botero Meza,2012 Colombia, Modelos de internacionalización para las pymes colombianas
- Candiya, G., Mpeera, J., Munene, J. y Akol, Ch. (2017). The relationship between access to finance and growth of SMEs in developing economies: Financial literacy as a moderator. *Review of International Business and Strategy*, 27(4), 520-538. <https://doi.org/10.1108/RIBS-04-2017-0037>
- Carrasco, Edmary (2014). “Aportes teóricos para el estudio de la innovación en Latinoamérica”. *Revista Academia*. Vol. XIII No. Especial. V Seminario Desarrollo, Sostenibilidad y Ecodiseño. Caracas- Venezuela .Pp. 69-79.
- Carlos Mario Londoño T,(2015)Aprendizajes desde la Academia sobre las Pequeñas y Medianas empresas.Primer edición (previa) capítulo 6. El proceso de internacionalización de las Pymes colombianas.Un análisis a partir del planteamiento teoría de Juegos. ISBN: 978-958-59061-7-4

Silva Castellanos Tulio, Valencia Echeverría Fernando, Bocanegra Henao Luis, (2021)

Internacionalización e innovación abierta en PYMES del sector hortofrutícola en Colombia.

Cepeda Palacio Samuel David, Velasquez Estrada Libardo Jose, Marín Gomez Beatriz Eugenia., (2017) Análisis evaluativo a los procesos de marketing en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas de alimentos de Medellín. *Estudios Gerenciales: Journal of Management and Economics for Iberoamerica*, ISSN 0123-5923, Vol. 33, N°. 144, 2017, págs. 271-280

Cuenú Puente, Mora Martínez. (2021). *Prácticas de Negocios Responsables e Internacionalización de Pymes en Colombia*.

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/13374/T10007>

Cui, L., y Xu, Y. (2019). Outward FDI and profitability of emerging economy firms: Diversifying from home resource dependence in early stage internationalization. *Journal of World Business*, 54(4), 372-386. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2019.04.002>

Dimow, D.P & Shepherd, D.A. Human capital theory and venture capital firms: exploring “home runs” and “strike outs”. In: *Journal of Business Venturing*. January, 2005. vol. 20, no. 1, p. 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.12.007>.

Durán, José y otros (2013), “Empleo y comercio exterior en América Latina y el Caribe”, Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), inédito

Echeverri, J. (2015). Las pymes: realidad económica que impulsa el crecimiento. *Informativo Cámara*, (2), 15.

Escandón Barbosa, Diana Marcela; Hurtado Ayala, Andrea, (2017) El compromiso exportador en Colombia: un análisis de redes neuronales. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa* pp. 362-388 E-ISSN: 1886-516X

Escandos, D. y Hurtado, A. (2014) “Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia”. Recuperado el 25/02/2018.

Fayos, T.c Calderón, H. & Mit, J. El éxito en la internacionalización de las cooperativas agroalimentarias españolas: Propuesta de un modelo de estudio desde la perspectiva del marketing internacional. CIRIEC - España. En: *Revista de economía pública, social y cooperativa*. Octubre, 2011. no. 72, p. 43-72. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17421345002>.

Fletcher, Denise. International entrepreneurship and the small business. En: *Entrepreneurship & Regional Development*. July, 2004. vol. 16 no. 4, p. 289-305.

<https://doi.org/10.1080/0898562042000263267>.

Fernhaber, S., Li, D., y Wu, A. (2019). Internationalization of emerging economy new ventures: The role of within-country differences. *Business Horizons*, 62(4), 497-507
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.03.004>

Franco-Ángel, M. y Urbano, D. (2019). Caracterización de las pymes colombianas y de sus fundadores: un análisis desde dos regiones del país. *Estudios Gerenciales*, 35(150), 81-91.
<https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.150.2968>

Fernández Hurtado, S. R., Martínez Martínez, L. Á. Ngono Fouda, R. A. (2019). Barreras que dificultan la planeación estratégica en las organizaciones. *Tendencias*, 20(1), 254–279.
<https://doi.org/10.22267/rtend.192001.108>

Fernández Hurtado, Manzano Moreno, Díaz Montenegro, Martínez Martínez, Betancur Agudelo, Edwin Alexander- (2021-02). El impacto de la era digital en el desarrollo internacional.
<https://repository.usc.edu.co/handle/20.500.12421/6615>

Fuentes, G.C Vallejoc M. C. y Martinez, R. Factores a tener en cuenta en la expansión internacional de la empresa familiar. En: *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. Mayo-Agosto, 2007. vol. 13, no. 2, p. 75-96. Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120280004>.

García, Fernando (2012). Concepto sobre Innovación contribución al análisis PEST (política, economía, sociedad, tecnología). Plan estratégico 2013- 2020. Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería. Disponible en: http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf. Consultado el 20 de marzo de 2015.

Garay, L. J. (Septiembre de 2002). Biblioteca Virtual Luis Angel Arango. Recuperado el Marzo de 2013, de Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango

Giardine, B., Riemer, C., Hardison, R. C., Burhans, R., Elnitski, L., Shah, P., ... & Nekrutenko, A. (2005). Galaxy: a platform for interactive large-scale genome analysis. *Genome research*, 15(10), 1451-1455.

González Millán, J. J., Rodríguez Díaz, M. T. y González Millán, O. U. (septiembre-diciembre, 2019). Factores que inciden en la gestión de conocimiento y la innovación abierta en empresas colombianas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (58), 116-138.
doi:<https://doi.org/10.35575/rvucn.n58a10>

Guevara Izquierdo, Valencia Montoya. (Julio de 2013). La internacionalización de las Mipymes Colombianas.<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4593/GuevaraIzquierdo-AndreaCatalina-2013.pdf?sequence=1>

Grajales Escobar, J. F. y Osorno Mira, Y. M. (Julio-Diciembre, 2019). La globalización y la importancia de las TIC en el desarrollo social. *Revista Reflexiones y Saberes*, (11), 2-9.
<http://34.231.144.216/index.php/RevistaRyS/article/view/1133/1527>

Grueso, Merli y Rey, Claudia (2013). “Hacia la construcción de un Modelo Integral de Organizaciones Saludables”. *Revista de Ciencias Sociales*. Vol. XIX, No. 4. Maracaibo-Venezuela. Pp. 625-638.

HGC Vásquez , (2019.) La influencia de la experiencia en el modelamiento de las representaciones sociales sobre la relación familia-escuela en establecimientos educacionales rurales de la región de Ñuble, Chile.
Dialnet-EstrategiaDeLaInternacionalizacionDeMarcaPaisEnCol-6357546.pdf

Ingrid Rocio Alvarez Diaz, Maria Siris Lopez Rodriguez(2018)Instrumentos públicos de apoyo.Financiamiento y uso de TIC para PYMES exportadoras Delaware Colombia ISSN: 10121587

Jaramillo Pedroza, Sanchez Castro, Roa Rodriguez. (2021). Universitaria Agustiniana. Estrategias de internacionalización de la empresa L’Oreal: Caso Colombia.
https://www.lareferencia.info/vufind/Record/CO_8d1b3a03becbdf6a3672e32397abe270

Jiménez-Castillo, M. A., Díaz, C. A., Scocozza, M., y Buitrago, I. A. (2022). Internacionalización territorial, una estrategia para el desarrollo de las regiones. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(3), 160-174.

Jorge Aníbal Restrepo Morales, Juan Gabriel Vanegas López (2015) Internacionalización de las pymes:análisis de recursos y capacidades internas mediante logística difusa.<https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.07.008>

Llain-Arenilla, Shirley & Insignares-Cera, Silvana, (2016) Efectos del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en torno al contrato de franquicia internacional, 132 *Universitas*, 21-58 <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.vj132.etlc>

Lussier, R. y Halabi, C. (2010). A three-country comparison of the business success versus failure prediction model. *Journal of Small Business Management*, 48(3), 360-377.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00298.x>

Luis Fernando Mondragón Méndez, María Angélica Sandoval Galvis, Néstor Moreno Gutiérrez, (2019)Tecnología de la información y comunicación TIC: Como herramienta para la innovación en procesos de Pequeñas y Medianas Empresas PYMES / coord. por Nairo Yovany Rodríguez Cabrera, 2019, ISBN 978-980-7857-22-2, págs. 159-187

Luzón, A., & Torres, M. (2013). Apuntes sobre la internacionalización y la globalización en educación. De la internacionalización de los modelos educativos a un nuevo modelo de gobernanza. *Journal of Supranational Policies of Education*, 1, 53–66.

Méndez, R (2012) Innovación y desarrollo territorial: algunos debates teóricos recientes. Revista Eure XXVIII (84) pp. 63-83.

Mora Ramirez Angela Julieta, Norman Acevedo Eduardo,(2017)
Revisión sistemática de literatura sobre la internacionalización de la empresa PYME en Colombia.

Moreno, María (2013). Las actividades de pre desarrollo en la innovación de productos: determinantes y resultados. Tesis doctoral. Universidad de Murcia. España.

Moreno, Sidia y García, Águeda (2014). “Sistema para la evaluación de capacidades de innovación en PYMES de países en desarrollo: Caso Panamá”. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión. Vol. 22. No 2. Bogotá- Colombia. Pp. 109-122.

Murillo, M. y Restrepo, L. (2016). Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia . Bogotá: Confecámaras.

Perez Vasquez Manuel Antonio, Muñoz Escorcia Mabel, Garavito Campillo Erica
(2021)Analysis of the Born Global in Colombia: Small and medium-sized companies in the Department of Córdoba
ISSN 13159518

Polo Otero, Jose Luis, Ramos Ruiz, Jose Luis, Arrieta Barcasnegras, Aquiles Antonio, Ramirez Arbelaez, Natalia. (2018). Impact of innovation on export behavior in the Colombia 's food and beverage industry. Revista de análisis económico, 33(1), 89-120.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-88702018000100089>

Procolombia, exportaciones turismo inversión marca país. (18 de Febrero 2020).
<https://procolombia.co/noticias/mipymes-las-llamadas-dinamizar-las-exportaciones-colombianas>

Oscar Alberto Hoyos-Villa (2019). Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de caso. Entramado, ISSN-e 1900-3803, Vol. 15, N°. 2, 2019, págs. 78-103

Rabe Gomez Elkin Dario, Rubio Andres, Broncano Gutierrez Santiago(2018). Key factors in the internationalization of SMEs: An empirical study in textile manufacture sector in the metropolitan area of the Aburrá Valley (Colombia) ISSN 07981015

Rogelio Jorge-Maritn (2022). Internacionalización y supervivencia exportadora. Un estado de la cuestión Anuario Jurídico y Económico Escurialense, LV 245-268 / ISSN: 1133-3677

Romero Alvarez Yaneth, Perez Perez Mario, Niebles Nuñez William, (2019). State of the exchange rate risk management in SME's: Case Sincelejo - Colombia ISSN 07981015

Segundo Camino Mogro, (2017). Mi Estimación de una función de producción y análisis de la productividad: el sector de innovación global en mercados locales. En: Estudios Gerenciales. vol. 33, no. 145, p. 400-411. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.10.004>

Serna Humberto, Junio, 2015. Aprendizajes desde la Academia sobre las Pequeñas y Medianas empresas. <https://www.fumc.edu.co/documentos/elibros/Aprendizajes%20desde%20la%20academia%20sobre%20las%20PYMES.pdf#page=142>

Tabares, S., Anzo, E., & Estrada, L. M. (2014). La cooperación internacional en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas de Medellín: Un estudio de caso comparado. *Estudios Gerenciales*, 30(132), 314–324.

Varum, C. y Rocha, V. (2013). Employment and SMEs during crises. *Small Business Economics*, 40(1), 9-25. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9343-6>

Zambrano Arguello, (2021). Factores estratégicos que requiere una pyme colombiana para su procesodeinternacionalización. <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article>