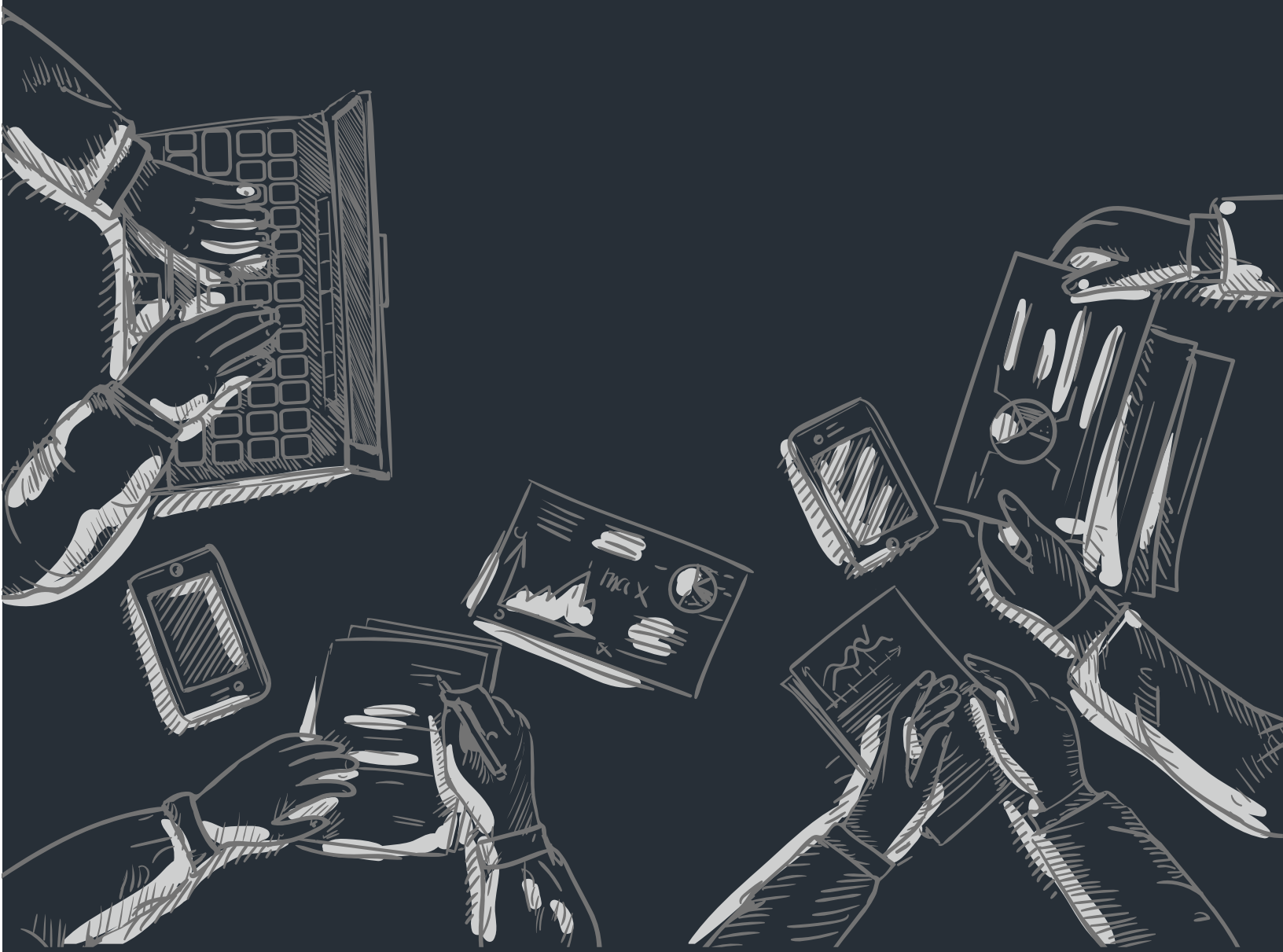


Revisión de la literatura de la exportación que realizan las pequeñas y medianas empresas

Jonathan Stev Bernal Franco
Universidad Católica Luis Amigó



Resumen

El objetivo es presentar la exportación que realizan las medianas y pequeñas empresas, junto con los principales retos al momento de realizar dicho proceso. La metodología empleada fue cuantitativa y se realizó una revisión de la literatura basada en Scopus entre 2010 y 2022. Los registros se analizaron con la herramienta bibliometrix y el software RStudio. Además, se estudiaron las revistas, países, autores, producción y universidades más influyentes, y se realizó una proyección de la red de cocitaciones y de autores. Los resultados parciales se relacionan con las exportaciones y los pasos para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, evidenciando que hay obstáculos que ralentizan e impiden que se lleve a cabo este proceso. El desconocimiento de los mercados internacionales, las barreras geográficas, las diferencias culturales y lingüísticas, corrupción política y la falta de conocimiento a nivel tecnológico, son algunos de los principales desafíos a superar por parte de estas empresas.

Palabras clave: comercio internacional, cultura, empresa, política, derecho, economía, relaciones internacionales.

Introducción

Las medianas y pequeñas empresas enfrentan retos al momento de exportar sus productos o servicios. Al igual que sus inicios a la internacionalización, problemáticas como las tasas impositivas impuestas por parte de los Estados locales, las diferencias en las estructuras legales de cada región o país y por último, las barreras lingüísticas y culturales; representa desafíos e incertidumbre para las pymes (Civelek y Krajčík, 2022). Adicionalmente, hay una percepción por parte de las pequeñas y medianas empresas que no se puede dejar de lado, en los procesos de exportación hay influencia de las barreras geográficas, las empresas tienden a enviar sus productos o servicios a los mercados extranjeros más próximos, en términos de distancia territorial, al igual que en condiciones de cercanía cultural y lingüística (Kalafsky y Raymond, 2022).

Además, las pymes enfrentan desafíos en el ámbito político en cuanto a temas de corrupción e inestabilidades políticas; factores que pueden incidir de una manera directa o indirecta en los procesos de exportación (Bahri et al., 2021). A pesar de los factores mencionados, todo no es negativo en la esfera política, en el momento que las pymes, se internacionalizan, adquieren la responsabilidad de garantizar un buen desempeño frente a un mercado internacional.

Las posibilidades de obtener mejores resultados son más favorables si obtienen algún soporte por parte de los gobiernos locales, por lo tanto, ciertos gobiernos brindan apoyo para la planificación estratégica de exportaciones y también para incentivar la

participación en ferias comerciales por parte de las pymes (Tinits y Fey, 2022). Asimismo, las ferias comerciales se convierten en una herramienta, porque independientemente del tamaño de la empresa, ya sea pequeña, mediana o grande en términos de infraestructura, puedan participar en estos eventos y, de tal manera darse, a conocer a nivel internacional (Silva et al., 2021).

A diferencia de las problemáticas mencionadas anteriormente, surge una nueva barrera para los procesos de exportación de las pequeñas y medianas empresas, las cuales se clasifican como pymes no tecnológicas. Dichas empresas se caracterizan por contar con conocimientos y recursos limitados, acá yace el interrogante de cómo las pymes no tecnológicas van a responder a un mercado global, el cual es altamente exigente, además la desventaja que enfrentan a las demás empresas, las cuales sí cuentan con conocimiento y con recursos tecnológicos para llevar a cabo de una manera más amena sus procesos internos y a su vez la con una conexión internacional (Morini et al., 2021). Al mismo tiempo, el ingreso de las pymes a los mercados de exportación, incita el proceso de crecimiento de dichas empresas, sin embargo, difícilmente siguen estrategias de exportación para sus compañías (Wai et al., 2022).

Por otra parte, el canal de exportación utilizado por una empresa puede tener un impacto directo en el desempeño de las exportaciones, sin embargo, surgen muchas dudas para las pymes a la hora de tomar la decisión de cuál medio de exportación se van a emplear.

Los diferentes modelos para la elección del canal de exportación, tiende a basarse en la eficiencia de los costos de transacción, dejando de lado el valor agregado que pueden tener los productos o servicios de las pequeñas y medianas empresas (Kalinic y Brouthers, 2022). Además, las pymes, prefieren opciones de comercio exterior simples, a diferencia de las operaciones de exportación, las cuales pueden representar un grado de complejidad e incertidumbre mayor (Ipsmiller et al., 2021). Además, se resalta el aprendizaje que obtienen las pequeñas y medianas empresas durante las fases previas y posteriores de exportación, en el cual se aprecian impactos positivos por parte de las pymes para tener una toma de decisiones consciente en función del desempeño y de la productividad (Gkypali et al., 2021).

Las pequeñas y medianas empresas se enfrentan a diversos retos al momento de exportar sus productos o dar sus pasos a la internacionalización, se observan dificultades en la parte económica, en la cual las pymes se orientan en los costos de transacción, dejando a un lado, el valor agregado con el que cuentan sus productos (Kalinic y Brouthers, 2022), además, las dificultades culturales y lingüísticas al momento de incursionar en un mercado extranjero nuevo o inestabilidades políticas (Civelek y Krajčík, 2022), por consiguiente, indagar como de una manera directa o indirecta las pequeñas y medianas empresas se ven afectadas por los inconvenientes anteriormente mencionados. Esto conlleva realizar una investigación que permita aportar a las medianas y pequeñas

empresas ya existentes y a las que planean constituirse, puntos de vista para la solución de problemas y, para una mejor toma de decisiones a nivel internacional.

De acuerdo con la revisión de los documentos en Scopus, se encontraron siete revisiones de literatura: Haddoud et al. (2021) publicaron un artículo relacionado con las exportaciones de las empresas pequeñas y medianas, donde plantea un conjunto específico de factores o causas que afectan la entrada de las empresas a los mercados extranjeros. Un segundo estudio, realizado en el año 2020 por Ramos et al. (2020), expone la interacción entre las exportaciones y colaboraciones tecnológicas en las que participan las diferentes pymes, afirmando la importancia de implementar las colaboraciones tecnológicas entre empresas para este tipo de operaciones y, su efecto positivo en el crecimiento de estas, a diferencia de las organizaciones que no utilizan recursos tecnológicos para sus procesos. Por otra parte, Zucchella (2019) plantea la participación internacional empresarial como un factor clave para las empresas pequeñas, debido a que exportar representa la forma más popular para las pequeñas empresas dar sus primeros pasos en la internacionalización.

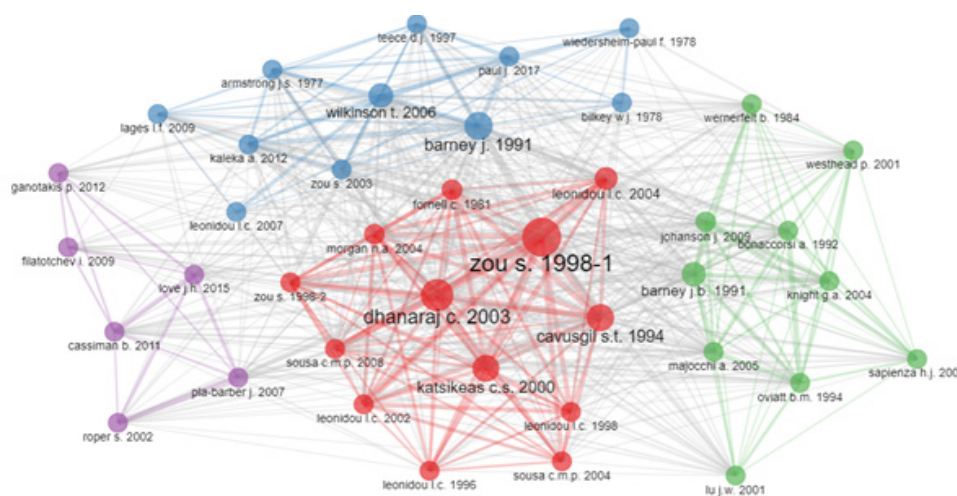
El “Innovating to Aid Growth” (2018), presenta el impulso y perspectivas de exportación de las pymes, a través de un mejor desempeño exportador mediante la innovación.

En 2017, se realizaron dos investigaciones. En primer lugar, “Capacidades de innovación de las pymes y desempeño exportador: una perspectiva de orientación empresarial” (Ribau et al., 2017), orientado a presentar el impacto de un conjunto de competencias a nivel interno, con un enfoque a la innovación en el rendimiento exportador de las pequeñas y medianas empresas, sujetas al comportamiento de las empresas ya sea proactivo o reactivo ante los incentivos externos. En segundo lugar, se presenta el documento “Expanding out of Britain”, las motivaciones y restricciones que enfrentan las pymes que buscan exportar, se halló que independientemente de la incertidumbre que haya en los mercados globales en su momento, exportar y expandirse al extranjero sigue siendo un factor clave para el éxito financiero de las empresas. Por último, Mogos Descotes y Walliser (2011), escribieron sobre “El proceso de explotación de la información de exportación en las pyme francesas y rumanas”, el cual se basa en el procesamiento de la información de exportación en las pymes y, las decisiones que se toman a partir de esta información.

Resultados

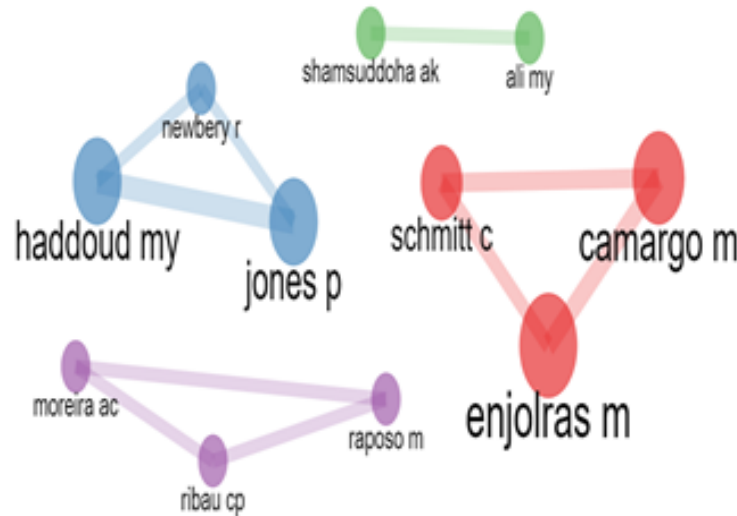
La búsqueda realizada en la base de datos Scopus, arrojó 260 registros, las variables intervenidas fueron “SMEs” y “Export”, tomando el tiempo de consulta durante los años 2010-2022. Con los datos obtenidos se analizaron las variables: revistas, países, autores, producción y universidades.

Figura 1: Red de cocitaciones



Nota: Elaboración propia.

Se observa en primer lugar la imagen con la red de cocitaciones, en la cual resaltan algunos de los autores más relevantes como Shaoming Zou, quien es profesor de marketing e investigador senior en el College of Business, University of Missouri. Sus intereses investigativos son las estrategias de marketing global, las estrategias de entrada en los mercados internacionales por parte de las empresas y, lo relacionado con el marketing global y el marketing de exportación de las empresas (Universidad de Missouri, s.f.). También, se resalta la importancia del autor Carlos Dhanaraj quien es profesor asistente de administración en la Universidad de Indiana. En sus intereses de investigación resaltan la gestión estratégica global y la parte de redes, alianza e innovación (Dhanaraj y Beamish, 2003). Por último, el autor Jay Barney, profesor de gestión estratégica en la Universidad de Utah y, sus intereses de investigación son el emprendimiento y la gestión estratégica.

Figura 2: Red de colaboración de autores

Nota: Elaboración propia.

En la segunda figura, se evidencia la conformación de cuatro grupos. El grupo principal está integrado por los autores Manon Enjolras, quien cuenta con seis publicaciones, Mauricio Camargo, suma cinco publicaciones y, por último, la colaboración de Christophe Schmitt, con cuatro publicaciones, que en total suman 15 publicaciones para esta red de colaboración. Un segundo grupo conformado por Robert Newbery Haddoud, Mohamed Yacine, Jones, Paul, quienes suman diez publicaciones, por lo cual se puede resaltar la relevancia de la colaboración entre autores, puesto que entre cinco de los integrantes de los dos grupos suman un total de veinticinco publicaciones, lo cual enriquece el impacto que tiene la colaboración entre autores (Lee y Bozeman, 2005).

Referencias

- Bahri, M., Sakka, O. & Kallal, R. (2021). The Impact of Corruption on the Export Intensity of SMEs in Tunisia: Moderating Effects of Political Instability and Regulatory Obstacles. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 1134-1151.
- Civelek, M. & Krajčík, V. (2022). How Do SMEs from Different Countries Perceive Export Impediments Depending on Their Firm-Level Characteristics? System Approach. *Oeconomia Copernicana*, 13(1), 55-78.
- Dhanaraj, C. & Beamish, P. W. (2003). A Resource-Based Approach to the study of export performance. *Journal of Small Business Management*, 41(3), 242-261.

- Gkypali, A., Love, J. H. & Roper, S. (2021). Export Status and SME Productivity: Learning-to-Export Versus Learning-by-Exporting. *Journal of Business Research*, 128, 486-498.
- Ipsmiller, E., Brouters, K. D. & Dikova, D. (2021). Which Export Channels Provide Real Options to SMEs? *Journal of World Business*, 56(6), 101245.
- Kalafsky, R. V. & Raymond, M. P. (2022). Overcoming Distance: Export Geographies for SMEs Within Atlantic Canada's ocean technology sector. *GeoJournal*. <https://doi.org/10.1007/s10708-022-10621-8>
- Kalinic, I. & Brouters, K. D. (2022). Entrepreneurial Orientation, Export Channel Selection, and Export Performance of SMEs. *International Business Review*, 31(1), 101901.
- Lee, S. & Bozeman, B. (2005). The Impact of Research Collaboration on Scientific Productivity. *Social Studies of Science*, 35(5), 673-702.
- Mogos Descotes, R. & Walliser, B. (2011). The Process of Export Information Exploitation in French and Romanian SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(2), 311-330.
- Morini, C., Polis, M. C. B., Silva, D. & Inacio Junior, E. (2021). Export Barriers for SMEs From Emerging Market: A Model of Analysis for Non-Tech Companies. *BAR - Brazilian Administration Review*, 18(4). <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2021200121>
- Ribau, C. P., Moreira, A. C. & Raposo, M. (2017). Smes Innovation Capabilities and Export Performance: An Entrepreneurial Orientation View. *Journal of Business Economics and Management*, 18(5), 920-934.
- Universidad de Missouri. (s.f). *Shaoming Zou*. <https://business.missouri.edu/departments-faculty/people-directory/shaoming-zou>
- Silva, P. M., Moutinho, V. F. & Teixeira Vale, V. (2021). A New Approach of Innovation and Network on Export in Trade Fair Context: Evidence from Portuguese SMEs. *Journal of Business & Industrial Marketing*. <https://doi.org/10.1108/jbim-07-2020-0351>
- Tinitis, P. & Fey, C. F. (2022). The Effects of Timing and Order of Government Support Mechanisms for SME Exports. *Management International Review*. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00465-2>
- Wai, K. W., Liston-Heyes, C., Liu, W., Liu, G. & Cowling, M. (2022). Organizational Capabilities and SME Exports: The Moderating Role of External Funding Intentions and Managerial Capacity. *Small Business Economics*, 58(1), 247-261.
- Zucchella, A., Strange, R. N. & Mascherpa, S. (2019). Which Organisational Capabilities Matter for SME Export Performance? *European Journal of International Management*, 13(4), 454-478.