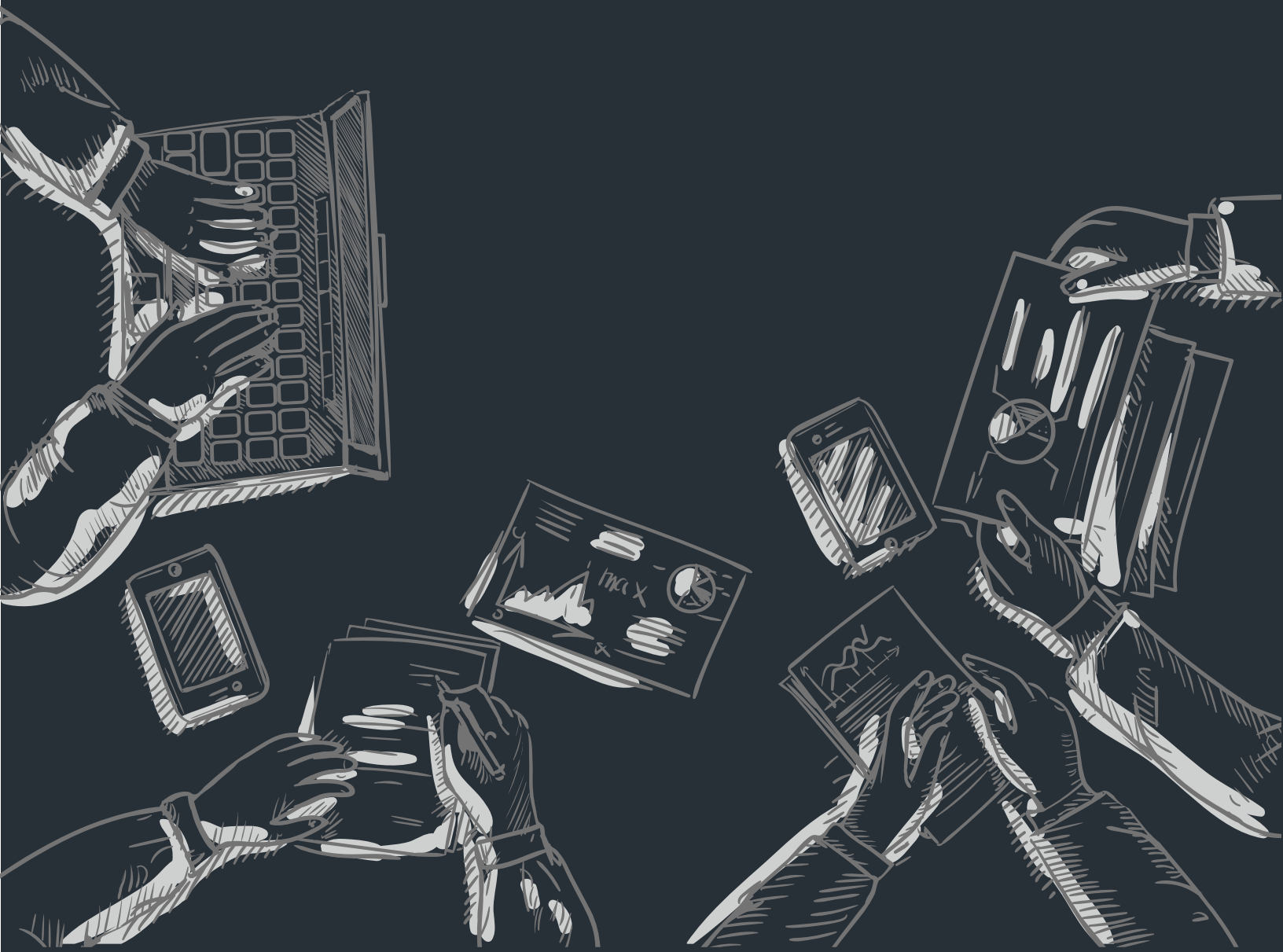


Mapeo científico de estrategias de internacionalización para pequeñas empresas de países emergentes

Laura Castrillón Bedoya
Universidad Católica Luis Amigó



Resumen

El objetivo es realizar una revisión bibliográfica sobre las estrategias de internacionalización de pymes de países emergentes, a través de un mapeo científico. La recolección de los datos se realizó a través de Scopus y con los registros obtenidos se hizo un análisis por medio del software RStudio del comportamiento de la producción científica por publicaciones, autores y afiliaciones; adicionalmente, se construyó la red de cocitaciones y colaboración entre autores de este campo. Los resultados evidencian una tendencia en aumento en los últimos años sobre la investigación de este tema a pesar de la crisis después de la pandemia. La opción de la internacionalización es muy ventajosa para las pymes y aunque enfrentan muchos desafíos, pueden apoyarse de estrategias que incluyen el uso de marketing, globalización digital y servicios de apoyo para recursos. Es así como pueden volverse más competitivos y sobrepasar fronteras para no depender solo del mercado nacional.

Palabras clave: internacionalización, pymes, innovación, mercados emergentes, competitividad.

Introducción

Las empresas en la actualidad, en especial las más pequeñas conocidas como pymes, se enfrentan a diferentes retos y competencia en el mercado. Si una empresa busca resultados positivos en su desempeño e innovación, es necesario profundizar en alternativas como la internacionalización (Xiao y Sol, 2022). Incursionar en el mercado internacional supone un paso decisivo, no solo para darse a conocer en el extranjero, sino comenzar a captar dinero del exterior. Está claro que el entorno empresarial actual ha cambiado fundamentalmente en los últimos años. Las grandes transformaciones ya estaban en marcha antes de la pandemia mundial (Cavusgil et al, 2021). Es así, que todas las empresas emergentes se benefician si establecen alianzas con socios internacionales, en especial, en un marco de emprendimiento internacional (Gimenez-Fernandez et al., 2022).

Por su parte, con el entorno actual tan variado se dificulta la tarea de obtener información concreta y verídica. De hecho, el conocimiento externo es un recurso clave para el éxito y la supervivencia de las empresas; sin embargo, los modelos existentes proporcionan evidencia mínima sobre cómo estas empresas deberían obtener este recurso de conocimiento (Gimenez-Fernandez et al., 2022). Además, las empresas también se enfrentan a grandes desafíos para llegar al exterior como la globalización digital, la diversidad cultural, las relaciones matriz-subsidiaria, la interrupciones externas y mitigación de riesgos en las cadenas globales de valor (Verbeke et al., 2022).

Reconocer estos factores y trabajar en la capacidad de detección del mercado, que incluye las rutinas necesarias para reconocer las oportunidades del mercado, es crucial para una rápida expansión en el extranjero (Kowalik et al., 2022).

En relación con lo anterior, teniendo en cuenta que la internacionalización es fundamental en la búsqueda continua de incrementar el rendimiento de las empresas en el exterior (Lopes et al., 2022), es necesario explicar estrategias claras para lograr este objetivo, incluso Chung y Ho (2021) explican que como gerentes elegir una estrategia competitiva internacional adecuada permite lograr un desempeño exportador exitoso. Además, aspectos como la estrategia de marketing se vuelven un impulsor crucial del desempeño internacional (Aseraf y Gnizy, 2022); aunque, no solo se deben analizar actividades centrales de la empresa como la producción y el marketing, sino que también tienen relevancia los servicios de apoyo, como la gestión de recursos humanos, la tecnología de la información y las finanzas corporativas (Casson, 2022).

A partir de la revisión de los antecedentes se evidenció una tendencia a la internacionalización de las empresas como punto clave para mejorar el rendimiento de las mismas. Adicionalmente, hay una relación entre la exposición internacional y el aumento de la competitividad, es decir, una exposición mayor a nivel nacional a través de la competencia extranjera y una internacional, a través de la presencia en el mercado extranjero son componentes fundamentales en la búsqueda de una ventaja competitiva sostenida (Tasheva y Bo bernhard, 2022).

Los estudios revisados evidencian la relevancia del tema y los desafíos a los que se enfrentan las empresas a la hora de dar este paso. Sin embargo, se quedan cortos a la hora de sintetizar estrategias concretas que permitan a la empresa llegar al exterior y sobrevivir en el mercado actual altamente competitivo. Es por ello por lo que, esta investigación realiza un mapeo científico y la correspondiente revisión de la literatura de las publicaciones registradas en la base de datos Scopus en un rango de tiempo entre 2001-2022 sobre la internacionalización de empresas, basada en herramientas bibliométricas y empleando el aplicativo RStudio para establecer y segmentar la información por autores, países, instituciones y documentos principales con respecto al tema del estudio.

El estudio se divide en cuatro secciones: en primer lugar la metodología se muestra detalladamente el proceso para obtener la información y su procesamiento. En la segunda parte, se encuentra el análisis bibliométrico sobre todos los temas relacionados a la internacionalización de empresas. La tercera parte, explica la red social del tema, de donde se extraen las tendencias recientes de investigación. Finalmente, en la última parte se exponen las conclusiones, limitaciones y recomendaciones para futuras investigaciones.

Metodología

A través del mapeo científico se desarrolló un análisis de red apoyado en herramientas bibliométricas donde se estudia el comportamiento de la producción científica por espacio temporal, países, revistas y autores de la base de datos Scopus, como lo explican Zupic y Čater (2015).

Para el desarrollo de este artículo se realizó una recopilación detallada de los antecedentes sobre la internacionalización de empresas, tomando información de una de las bases de datos más reconocidas en la actualidad, Scopus (Zhu y Liu, 2020). Por su parte, hacer uso de esta fuente de información permite tener una observación amplia de las tendencias del conocimiento en un campo específico (Debie et al., 2022).

A continuación, se presentan los criterios aplicados para la búsqueda en la base de datos, que son elegidos a partir de una revisión previa.

Tabla 1: Criterios de búsqueda

CRITERIOS DE BÚSQUEDA	
Bases de datos	Scopus
Periodo de consulta	2001-2022
Fecha de consulta	9/08/2022
Tipo de documento	Artículo, libro, capítulo de libro, documento de conferencia
Tipo de revista	Todos los tipos
Campos de búsqueda	Título, resumen y palabras clave
Terminos de búsqueda	TITLE ("Internationalization" AND "strategies")
Resultados	501

Nota.: Elaboración propia.

La búsqueda mostró un resultado de 501 registros desarrollados sobre el tema. El enfoque metodológico es de carácter cualitativo de tipo descriptivo dado el análisis bibliométrico, esto permite realizar un mapeo para evidenciar la evolución del conocimiento científico en el tema de la internacionalización de empresas y al mismo tiempo, definir las tendencias en la investigación (Sayuti y Sukeri, 2022).

Ahora bien, un componente clave para el desarrollo de este estudio es la herramienta Bibliometrix que hace parte del paquete RStudio y fue elegida por su alta compatibilidad con diferentes bases de datos, su acceso libre, la facilidad que brinda para identificar tendencias científicas y las múltiples funciones analíticas que tiene, adicional a lo anterior Bibliometrix ha sido empleada y validada por diversos estudios (Basilio et al., 2022; Ogunsakin et al., 2022; Duque et al., 2021; Secinaro et al., 2021; Anthopoulos y Tzimos, 2021; Marin-Garcia et al., 2021; Singh y Mahanty, 2019).

Mediante un mapa de cocitaciones se desarrolla un análisis para obtener información que fortalezca los resultados, este tipo de mapa se caracteriza por ser utilizado en la bibliometría con el fin de observar toda la red de conocimiento en la temática de la internacionalización, y proporciona la identificación de las subáreas de investigación (Su et al. 2021; Zuschke, 2020; Zanghelini et al., 2016).

Resultados

Se realizó una comparación del número de publicaciones registradas en la base de datos utilizada para el estudio, entre los años 2001 y 2021, con el objetivo de validar las tendencias y evolución de la producción científica sobre este tema, teniendo en cuenta la relevancia de la internacionalización para que las empresas se vuelvan más competitivas y no dependan solo del mercado nacional. Además, puedan apropiarse de conocimiento valioso para el emprendimiento internacional (Gimenez-Fernandez et al., 2022).

Figura 1: Número de publicación por año

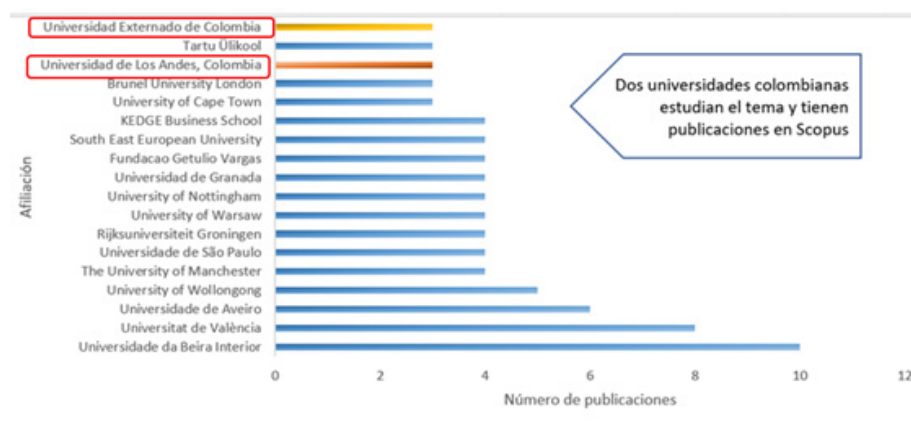


Nota: Elaboración propia a partir de Scopus.

A partir de la revisión en Scopus, se identificó el primer artículo relacionado con estrategias para la internacionalización de pequeñas empresas (Joynt, 1985), donde se explica que llevar empresas al exterior es indicativo del alcance de la innovación para ayudar a muchas pequeñas empresas con un potencial sin explotar para operaciones internacionales. Por otra parte, para este artículo el rango de tiempo comienza desde el 2001, año en el que la literatura relacionada al tema aún era escasa y se hablaba de estrategias y el oportunismo como un proceso en el comercio minorista internacional para Europa (Dawson, 2001), no es hasta el año 2016 que el número de publicaciones comienza a tener una tendencia de crecimiento significativa.

Después del análisis también se evidencia una tasa de crecimiento en el número de publicaciones en los últimos tres años del 24,26 %, mientras que en los últimos cinco años fue del 40,30 %, esto muestra que el tema de estudio presenta un auge dentro de la comunidad científica. Sin embargo, es importante anotar la disminución de la tasa de crecimiento que se dio en el 2020. Entre las principales razones de esta caída repentina se puede abonar la coyuntura mundial de la pandemia del covid-19 que afectó las relaciones internacionales de todos los países y cambió la dinámica en los intercambios comerciales, aunque, de acuerdo a la Figura 1 (crecimiento lineal en el aumento de los datos) y el contexto actual de reactivación económica, se espera que la tendencia de la investigación de esta tema siga en aumento, validando la pertinencia del estudio sobre las estrategias de internacionalización para esas pequeñas empresas que buscan alternativas para expandirse en el mercado y así mejorar su ventaja competitiva y reactivarse después de la crisis económica.

Tabla 2: Principales universidades o afiliaciones sobre el tema de estudio



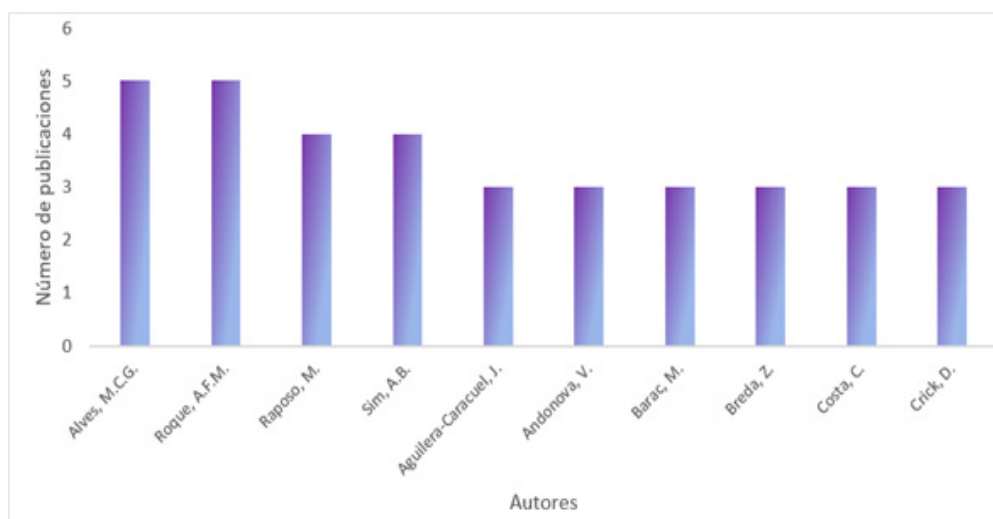
Nota: Elaboración propia a partir de Scopus.

Para la Tabla 2, se presentan las universidades con mayores aportes en la literatura y estudio del tema. El ranking de las universidades fue definido a partir del número de publicaciones registradas a la fecha de corte del estudio. Se encuentra en primer lugar a la Universidad de Beira Interior de Portugal, la cual cuenta con la mayor cantidad de publicaciones registradas, teniendo un total de diez publicaciones, en segundo lugar, está la Universidad de Valencia de España que le sigue en participación con ocho publicaciones registradas.

Lo que destaca especialmente de estos resultados es la presencia de dos universidades representativas de Colombia que están interesadas en la investigación de este campo de estudio, la Universidad Externado de Colombia y la Universidad de los Andes. Que diferentes universidades del mundo identifiquen a la internacionalización como un tema relevante de investigación respalda el interés para profundizar en las estrategias para que las empresas puedan llegar al exterior, en especial, para aquellas empresas que buscan alternativas para competir en el mercado, sobrepasar fronteras es fundamental para crecer.

La internacionalización es un tema que cada vez más toma mayor relevancia y el interés por parte de estas universidades es clave. Esto demuestra que Colombia no se queda atrás en la investigación de temas relevantes en la actualidad y estas dos universidades aportan conocimiento valioso.

Tabla 3: Principales autores por base de datos sobre el tema



Nota: Elaboración propia a partir de Scopus.

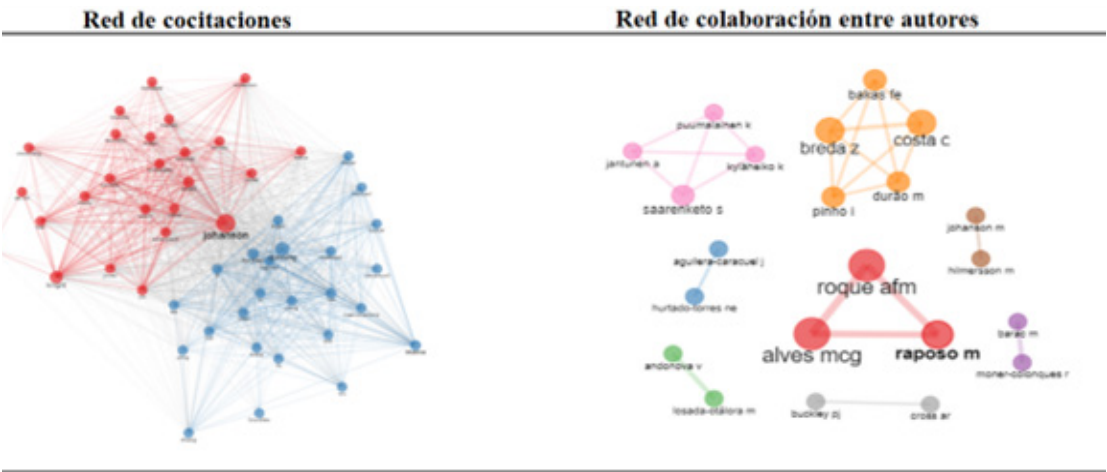
Tabla 4: Información principales autores

Autor	Estudios	Citas	H-Index
Alves, Maria Céu	25	114	6
Roque, Ana Filipa M.	8	19	3
Raposo, Mário Lino Barata	98	3339	31
Sim, A. B.	11	261	7
Aguilera-Caracuel, Javier	26	765	13
Andonova, Veneta	38	305	8
Barac, Maja	7	17	1
Breda, Zelia	69	433	12
Costa, C.	107	1434	20
Crick, Dave	96	2791	25

Nota: Elaboración propia a partir de Scopus.

En la Tabla 3, se presenta el top diez de autores con mayor número de publicaciones en Scopus. Es posible evidenciar a Alves, Maria Céu y Roque, Ana Filipa M., ambas adscritas a la Universidad de Beira Interior de Portugal, como las autoras con el mayor número de publicaciones relacionadas al tema de la internacionalización que corresponden a cinco registros de cada una. Por otro lado, en la Tabla 4 se evidencia el mayor índice de citación que la tiene el autor Mario Raposo, adscrito también a la Universidad de Beira Interior con un índice de h de 31.

Figura 2: Redes de autores



Nota: Elaboración propia a partir de Scopus.

Entre los autores más relevantes se destaca Jan Johanson, reconocido investigador asociado a la Universidad de Uppsala, que ha desarrollado el tema de marketing internacional y procesos de internacionalización presentando ideas fundamentales en el desarrollo de este campo. Entre sus principales aportes se encuentran algunos trabajos como *International Marketing and Internationalization Process – A Network Approach* (2013).

Respecto a la colaboración entre autores, se observan ocho grupos de trabajo, el principal de ellos está integrado por Roque, Ana Filipa M., Alves, Maria Céu y Raposo, Mário Lino Barata; los tres adscritos a la Universidad de Beira Interior de Portugal. Los integrantes de este grupo de trabajo hacen parte del top diez de autores con mayor número de publicaciones en el área (Tabla 3). Esto deja en claro que la colaboración entre autores genera un mayor impacto en su productividad (Lee y Bozeman, 2005).

Conclusiones

A partir del mapeo científico realizado es posible identificar la tendencia en aumento de la investigación sobre la internacionalización de empresas. Universidades de varios países, incluidas dos instituciones colombianas, la Universidad Externado de Colombia y la Universidad de los Andes, han desarrollado investigaciones para generar conocimiento valioso en este campo. Sin embargo, la información ofrecida no es aplicable para todas en las empresas, en especial las pequeñas de países emergentes, en tanto los conocimientos que ofrecen no les brindan estrategias específicas para llegar al exterior, sino que en su mayoría analizan experiencias de la internacionalización de multinacionales o de empresas europeas y asiáticas.

Es así como después de la revisión de antecedentes se identificaron algunos aspectos claves, que bien articulados desde la gerencia de la empresa se convierten en la estrategia para llegar al mercado internacional y que pueden ser aplicados por pymes de países emergentes.

- Globalización digital, la ventaja de la conectividad para acercar empresas de diferentes países.
- Marketing, como componente esencial para darse a conocer y generar presencia de marca.
- Diversidad cultural, conocimiento de la cultura para acercarse con mayor facilidad.
- Relaciones matriz-subsidiaria, servicios de apoyo para la gestión de los recursos no solo tecnológicos sino también el talento humano.
- Articulación de la tecnología de la información y finanzas corporativas.
- Mitigación de riesgos en las cadenas globales de valor.

Finalmente, se extiende la invitación en el ámbito académico a seguir investigando el tema puesto que la internacionalización cada vez se vuelve una mejor alternativa para esas pequeñas empresas que buscan ser más competitivas y crecer no solo en el mercado nacional. Aquí se vuelve clave el aprovechamiento del conocimiento y de herramientas que brinda el entorno digital para llegar al exterior. En contraste con lo anterior, es fundamental anotar que, desde el punto de vista metodológico, uno de los límites que se encontró en el estudio fue la escasa información sobre internacionalización de empresas en países emergentes. Se sugiere que un próximo paso a seguir es ampliar la información de esta investigación planteando una serie de estrategias claras de internacionalización que las pymes de países emergentes como Colombia y otros países de América latina puedan aplicar, a partir de un análisis más profundo y entrevistas a pequeñas empresas colombianas que hayan llevado sus productos al exterior.

Referencias

- Anthopoulos, L. & Tzimos, D. (2021). Carpooling Platforms as Smart City Projects: A Bibliometric Analysis and Systematic Literature Review. *Sustainability*, 10.3390/su131910680
- Aseraf, Y. & Gnizy, I. (2022). Translating strategy into action: The importance of an agile indset and agile slack in international business. *International Business Review*, 31(6). doi:10.1016/j.ibusrev.2022.102036
- Basílio, M. P., Pereira, V., Costa, H. G., Santos, M. & Ghosh, A. (2022). A systematic review of the applications of multi-criteria decision aid methods (1977-2022). *Electronics*, 11(11), 1720. <https://doi.org/10.3390/electronics11111720>
- Casson, M. (2022). Extending internalization theory: Integrating international business strategy with international management. *Global Strategy Journal*, 12(4), 632-657. doi:10.1002/gsj.1450
- Cavusgil, S., Van der Vegt, S., Dajli, M., De Farias, S., Doria, E., Eroglu, S. y Wang, E. (2021). Internacional Negocios en un Mundo VUCA Acelerado: Tendencias, Interrupciones y Afrontamiento Estrategias. *Revisión de negocios de Rutgers*, 6(3), 219- 243. <https://rbr.business.rutgers.edu/article/international-business-accelerated-vuca-world-trends-disruptions-and-coping-strategies>
- Chung, H. & Ho, M. (2021). International competitive strategies, organizational learning and export performance: a match and mis-match conceptualization. *European Journal of Marketing*, 55(10), 2794-2822. doi:10.1108/EJM-04-2019-0309
- Dawson, J. (2001). Estrategia y oportunismo en el comercio minorista europeo internacionalización. *Revista británica de gestión*, 12(4), 253-266. doi:10.1111/1467-8551.00209

- Debie, A., Khatri, R. B. & Assefa, Y. (2022). Successes and challenges of health systems governance towards universal health coverage and global health security: a narrative review and synthesis of the literature. *Health Research Policy and Systems / BioMed Central*, 20(1), 50.
- Duque, P., Trejos, D., Hoyos, O. y Chica Mesa, J. C. (2021). Finanzas corporativas y sostenibilidad: un análisis bibliométrico e identificación de tendencias. *Semestre Económico*, 24(56), 25–51. <https://doi.org/10.22395/seec.v24n56a1>
- Gimenez-Fernandez, E. M., Ferraris, A., Troise, C. & Sandulli, F. D. (2022). Estrategias de apertura y el éxito del emprendimiento internacional. *Revista internacional de investigación y comportamiento empresarial*, 28(4), 935-951.
- Joynt, P. (1985). A Strategy for Small Business Internationalisation. *Revisión de marketing internacional*, 2(3), p. 64. doi:10.1108/eb008284
- Kowalik, I., Pieniak, M. & Baranowska-Prokop, E. (2022). Market sensing of the international new ventures: strategies and determinants. *European Journal of International Management*, 17(4), 501-535. doi:10.1504/EJIM.2022.123233
- Lee, S. y Bozeman, B. (2005). The Impact of Research Collaboration on Scientific Productivity. *Social studies of science*, 35(5), 673-702. <https://doi.org/10.1177/0306312705052359>
- Lopes, J. M., Gomes, S., Oliveira, J. & Oliveira, M. (2022). International Open Innovation Strategies of Firms in European Peripheral Regions. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 7. doi:10.3390/joitmc8010007
- Marin-Garcia, J. A., Vidal-Carreras, P. I. & Garcia-Sabater, J. J. (2021). The Role of Value Stream Mapping in Healthcare Services: A Scoping Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph18030951>
- Ogunsakin, R. E., Ebenezer, O. & Ginindza, T. G. (2022). A Bibliometric Analysis of the Literature on Norovirus Disease from 1991-2021. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(5). <https://doi.org/10.3390/ijerph19052508>
- Sayuti, M. & Sukeri, S. (2022). Assessing progress towards Sustainable Development Goal 3.8.2 and determinants of catastrophic health expenditures in Malaysia. *PLoS ONE* 17(2): e0264422. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0264422>
- Secinaro, S., Calandra, D., Secinaro, A., Muthurangu, V. & Biancone, P. (2021). The role of artificial intelligence in healthcare: a structured literature review. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 21(1), 125. <https://doi.org/10.1186/s12911-021-01488-9>
- Singh, U. S. & Mahanty, S. (2019). Unravelling the trends of research on malaria in India through bibliometric analysis. *Journal of Vector Borne Diseases*, 56(1), 70–77. <https://doi.org/10.4103/0972-9062.257779>

- Su, X., Hu, H.-Y. & Xu, C. (2021). Global Research on Neuropathic Pain Rehabilitation over the Last 20 Years. *Neural Plasticity*. <https://doi.org/10.1155/2021/5594512>
- Tasheva, S. & Bo bernhard, N. (2022). The role of global dynamic managerial capability in the pursuit of international strategy and superior performance. *Journal of International Business Studies*, 53(4), 689-708. doi:10.1057/s41267-020-00336-8
- Verbeke, A., Kano, L. & Johnston, A. (2022). *The Full Canvas: Exploring the Bright and Dark Sides of International Business Strategy*. Springer doi:10.1007/978-3-031-06003-8_2
- Xiao, P. & Sol, X. (2022). Does internationalization strategy promote enterprise innovation performance? The moderating effect of environmental complexity. *Economía gerencial y de decisiones*, 42(6), 1721-1733. doi:10.1002/mde.3482
- Zanghelini, G. M. de Souza Junior, H. R. A., Kulay, L., Cherubini, E., Ribeiro, P. T., & Soares, S. R. (2016). A bibliometric overview of Brazilian LCA research. *International Journal of Life Cycle Assessment*, 21(12), 1759–1775. <https://doi.org/10.1007/s11367-016-1132-7>
- Zhu, J. & Liu, W. (2020). A Tale of Two Databases: the Use of Web of Science and Scopus. pp. 321–335. doi.org/10.1007/s11192-020-03387-8
- Zupic, I. & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. pp. 429–472. doi.org/10.1177/109442811456262
- Zuschke, N. (2020). An Analysis of Process-tracing Research on Consumer Decision-making. *Journal of business research*, 111, 305-320. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.02>