



Contaduría y Administración

ISSN: 0186-1042

revista_cya@fca.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de México
México

Vázquez Núñez, Sergio Octavio; Vázquez, Sergio Octavio
Principales enfoques teóricos e investigaciones empíricas generales sobre la internacionalización de
PYMES: un estudio exploratorio de investigaciones entre 1999 y 2004
Contaduría y Administración, núm. 222, mayo-agosto, 2007, pp. 41-57
Universidad Nacional Autónoma de México
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39522204>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Principales enfoques teóricos e investigaciones empíricas generales sobre la internacionalización de PYMES

Un estudio exploratorio de investigaciones entre 1999 y 2004

Sergio Octavio Vázquez Núñez*
Sergio Octavio Vázquez López**

Resumen

A pesar de los abundantes trabajos existentes en este campo de investigación, no es posible afirmar que exista un marco teórico único para el análisis del proceso de internacionalización. El objetivo de este artículo es dar a conocer los trabajos empíricos publicados entre los años 1999 y 2004, los cuales se centran específicamente en la internacionalización de las PYMES, con el propósito de identificar hallazgos empíricos claves y proponer futuras líneas de investigación. Se analiza el contenido de los estudios desde seis enfoques distintos: 1) el enfoque teórico de las fases, procesos y ciclo de vida de las empresas que se internacionalizan, 2) el enfoque de las redes y relaciones, 3) el enfoque estratégico, 4) el enfoque de recursos, conocimiento y la información, 5) el enfoque de la cultura y multinacionalidad y 6) el enfoque de la inversión extranjera directa y crecimiento económico.

Palabras clave: internacionalización, pequeñas y medianas empresas, PYMES, estudios empíricos, modelo Uppsala, inversión extranjera directa, exportaciones.

Fecha de recepción: 18-10-2005

Fecha de aceptación: 08-08-2006

Main Theoretical Approaches and General Empirical Research on the Small Medium Enterprises (SME'S) Internationalization: A Literature Exploratory Study between 1999 and 2004

Abstract

In spite of abundant existing Literature in this research field, it is not possible to affirm that there is a unique theoretical frame for the analysis of the internationalization process.

* Profesor investigador de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Baja California. Correo electrónico: sergi_vazquez@hotmail.com

**Profesor investigador de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Baja California. Correo electrónico: sevalo74@hotmail.com

No. 222, mayo-agosto 2007:41-57

The objective of this paper is analyze empirical works, published between 1999 and 2004, centered specifically in the internationalization of the SME'S, in order to identify key empirical findings and propose future research lines. We analyzed the content of the studies from six different approaches: (1) the Phases, Processes and Life cycle of the SME's that are internationalized theoretical approach, (2) the Networks and Relations approach, (3) the Strategic approach, (4) the Resources, Knowledge and Information approach, (5) the Culture and Multinational approach (6) the Foreign Direct Investment and Economic Growth approach.

Key Words: Internationalization, Small Medium Enterprises, SME'S, Empirical Research, Uppsala Model, Foreign Direct Investment, Export.

1. Introducción

En las últimas décadas, se han producido una serie de hechos que han transformado el entorno económico internacional y han generado nuevas oportunidades para las empresas en los mercados extranjeros. Así, la importante integración e interdependencia de las economías nacionales, la tendencia hacia la homogenización de la población mundial, la caída de importantes barreras comerciales y las mejoras en las tecnologías, son algunos de los factores que intervienen en la configuración del nuevo orden mundial, lo cual provoca la globalización de los mercados.

Estas circunstancias han conducido a que muchas empresas consideren la expansión internacional como un componente central de su estrategia. A su vez, esta globalización plantea también nuevos retos para las organizaciones que apuestan por desarrollar su actividad empresarial en el ámbito internacional, dada la creciente presencia de empresas extranjeras en los mercados locales, lo que significa una mayor competencia en precios y una presión adicional para mejorar la calidad de sus productos. En este sentido, ninguna empresa puede mantener la creencia de que por estar centrada en un mercado local no se verá sometida a la competencia internacional.

Tradicionalmente, la competencia en los mercados internacionales estaba relacionada como un ámbito en el que sólo las grandes empresas participaban, mientras que las pequeñas empresas se limitaban a su mercado local o doméstico (Dana, 2001). Según Fillis (2001), existen cada vez más pequeñas y medianas empresas (PYMES) que se ven involucradas en llevar a cabo actividades de carácter internacional y que a su vez muestran un comportamiento diferente que nunca antes se había visto.

A pesar de los abundantes trabajos existentes en este campo de investigación, no puede afirmarse que exista un marco teórico único para el análisis del proceso de internacionalización, aunque goza de una amplia aceptación considerar el proceso desde un punto de vista evolutivo y dinámico, especialmente cuando éste afecta a una empresa sin experiencia previa en los mercados exteriores. Actualmente, se reconoce que la tendencia hacia una

creciente globalización, junto con la aparición de nuevas fórmulas mixtas contractuales, se ha traducido en una cierta difuminación de la dinámica secuencial del proceso de internacionalización al acelerar los ritmos y acotar las etapas del mismo.

El objetivo del presente artículo es evaluar los trabajos empíricos publicados entre los años 1999 y 2004, centrándose específicamente en la internacionalización de las PYMES, con el propósito de identificar las tendencias sobre esta línea de investigación, el conocimiento generado y aportar algunas líneas de investigación que pudieran enriquecer este campo de estudio.

La estructura de este artículo considera una revisión de los trabajos previos para justificar la importancia del estudio, la metodología de recolección de artículos cuantitativos y estudios de casos, la discusión de los resultados más importantes, las conclusiones y, finalmente, una orientación de hacia dónde se dirigen las futuras líneas de investigación del tema en cuanto a trabajos cuantitativos y estudios de caso publicados.

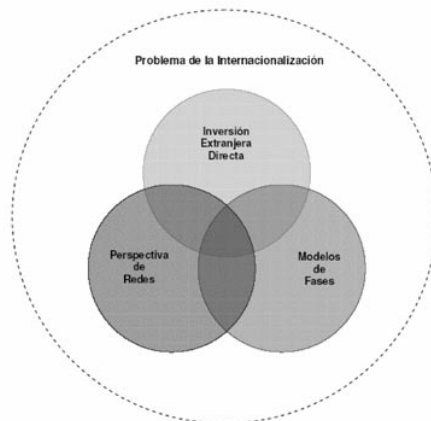
2. Justificación del estudio

Existen diversos trabajos de revisión de textos referentes a la internacionalización de las PYMES, los cuales se han elaborado en un esfuerzo por tratar de sintetizar la bibliografía en esta área de investigación. Fillis (2001) argumenta que se pueden aprender lecciones valiosas a través de la revisión de estudios de internacionalización desde una perspectiva histórica, en la que se pueden identificar adecuaciones metodológicas y paradigmas propuestos para entender mejor el comportamiento de internacionalización de las PYMES.

Como una muestra de lo mencionado anteriormente, Coviello y McAuley (1999) elaboran una revisión de estudios empíricos relacionados con la internacionalización de PYMES en el contexto de la teoría de la inversión extranjera directa, el modelo de fases de la internacionalización y desde la perspectiva de redes, identificando modelos de internacionalización entre determinadas dimensiones, incluyendo características de las empresas y métodos de investigación (véase figura 1)

De igual forma Rialp, Rialp y Knight (en prensa) presentan una revisión y discusión sobre las corrientes manejadas en la literatura: 1) modos estratégicos de entrada basados en la teoría de costes de transacción y 2) la perspectiva de redes (aplicada al contexto de la internacionalización); estos estudiosos concluyen que es posible derivar una conceptualización más general sobre el proceso de internacionalización, así como una visión más sofisticada que es relevante tanto para las empresas grandes como pequeñas y no un modelo singular que esté limitado por el tamaño y/o recursos de la empresa. No obstante, existe otra corriente de investigación que señala que la mayoría de las teorías utilizadas fracasan al momento de explicar el comportamiento de internacionalización de las PYMES (Fillis, 2001).

Figura 1
Integración de Tres Escuelas de Investigación de la Internacionalización



Fuente: Coviello N. y McAuley A. (1999)

3. Metodología

Tal y como se mencionó anteriormente, existen revisiones previas al presente estudio, muchas de las cuales concluyen en el 2001 o antes; éste es precisamente el motivo de esta investigación, pues la idea es dar seguimiento y continuidad a este tipo de trabajos. Por ello, este artículo retoma las investigaciones elaboradas con anterioridad e incorpora los aportes científicos desde 1999 a 2004, incluyendo ambos años.

Para acceder a los estudios relacionados en el campo de la internacionalización, primeramente se partió de una búsqueda electrónica a través de distintas bases de datos, tales como Ebsco-Host, Emeraldinsight, Blackwell y Elsevier utilizando palabras clave relacionadas con internacionalización. Dichas palabras fueron internationalization, internationalisation, international small business, SME's (small medium enterprises). Asimismo, se elaboró una revisión de la bibliografía citada en los artículos encontrados con el propósito de identificar estudios que el sistema de búsqueda electrónica no hubiese encontrado. Al final de esta exploración preliminar se consideraron 62 artículos, que fueron sometidos a una segunda selección.

El proceso de selección de esta muestra se basó ahora en tres criterios que fueron seguidos estrictamente para identificar el número final de estudios por analizar. Los artículos deberían 1) haberse publicado o "aprobado para su publicación" dentro del período 1999-2004; 2) estar publicados en alguna de las revistas enlistadas en el Journal Citation Report (JCR) con el propósito de asegurar un nivel

Principales enfoques teóricos e investigaciones empíricas generales
sobre la internacionalización de PYMES...

de calidad riguroso en las publicaciones, además de que se incluyeron estudios publicados en el *International Business Review* debido a la cantidad de publicaciones hechas en esta fuente, así como también en el *International Small Business Journal*, que fue seleccionada en este estudio por el enfoque de sus publicaciones; y 3) estar relacionadas con la internacionalización de PYMES.

Con estos criterios fueron seleccionados 29 artículos que se consideraron sobre la abundante bibliografía existente en la materia, los cuales fueron publicados en 12 revistas científicas diferentes y de gran prestigio. En la tabla 1 se encuentran enlistadas las fuentes de la cuales se seleccionaron los estudios, así como el número de trabajos escogidos; además, se observa cuáles son las revistas que están fuera del JCR.

Tabla 1
Producción de Trabajos Según Journals y Referencias del Journal Citation Report (JCR)

No.	Journal	Cantidad	Represent.	JCR
1	Academy of Management Journal (a)	2	6.90%	
2	Industrial Marketing Management (b)	1	3.45%	
3	International Business Review (d,e)	7	24.14%	No
4	International Journal of Management Science (a)	1	3.45%	
5	International Marketing Review (b)	1	3.45%	
6	International Small Business Journal (c,e)	1	3.45%	No
7	Journal of Business Research (a)	3	10.34%	
8	Journal of Business Venturing (c)	5	17.24%	
9	Journal of International Marketing (b)	1	3.45%	
10	Journal of Small Business Management (c)	2	6.90%	
11	Small Business Economics (c)	4	13.79%	
12	Strategic Management Journal (a)	1	3.45%	
	Total	29	100.00%	

Notas: a. Revistas de Negocios en General
b. Revistas de Marketing Internacional
c. Revistas Entrepreneurship
d. Revistas de Negocios Internacionales
e. La Revista *International Business Review* e *International Small Business Journal*, no están referenciados en el *Journal Citation Report (JCR)*.

Fuente: Elaboración Propia.

Sin embargo, debido a la diversidad de estudios publicados en este campo, hay que estar consciente de que este proceso de selección puede no estar exento de omisiones. Esta revisión debe ser considerada más como análisis general o una panorámica sobre el estado del conocimiento relacionado con la internacionalización de PYMES. La selección no fue hecha sobre la base de toda la bibliografía existente, que es muy amplia; no obstante, lo relevante es que incluye un gran número de estudios llevados a cabo con un elevado rigor científico, los cuales permiten demostrar la importancia y consecuentemente explicar por qué cada vez más investigadores consideran el tema de la internacionalización desde un punto de vista empírico.

Con el propósito de obtener una visión amplia sobre los estudios seleccionados, se elaboró un análisis exhaustivo de su contenido poniendo énfasis en los siguientes aspectos: 1) objetivos y conclusiones del estudio, 2) marcos teóricos utilizados, 3) dimensiones de las

muestras estudiadas, 4) variables utilizadas, 5) técnicas de análisis aplicados, 6) resultados y 7) futuras líneas de investigaciones.

4. Análisis de la información

Utilizando el esquema metodológico propuesto y una vez evaluados todos los trabajos, en principio se han identificado tres dimensiones de análisis que simplificarán la revisión científica: en primer término, una dimensión según los enfoques teóricos empleados; una segunda dimensión que especifica los tipos de empresas estudiadas; finalmente, otra dimensión que evalúa el tipo de internacionalización observada (véase tabla 2).

Tabla 2
Dimensiones de Análisis

Dimensiones de Análisis	Ítems
I. Enfoques Teóricos	1. Fases, Procesos y Ciclo de Vida de las Empresas
	2. Redes y Relaciones
	3. Estratégico
	4. Recursos, Conocimiento e Información
	5. Cultura y Multinacionalidad
	6. Inversión Extranjera Directa y Crecimiento Económico
II. Tipos de Empresas	PYMES
	Empresas Familiares
	Empresas Nuevas de Industrias de High Tech
	Otras
III. Tipo de Internacionalización	Exportación
	Empresas Born Globales
	Alianzas Estratégicas
	Inversión Extranjera Directa
	Otras

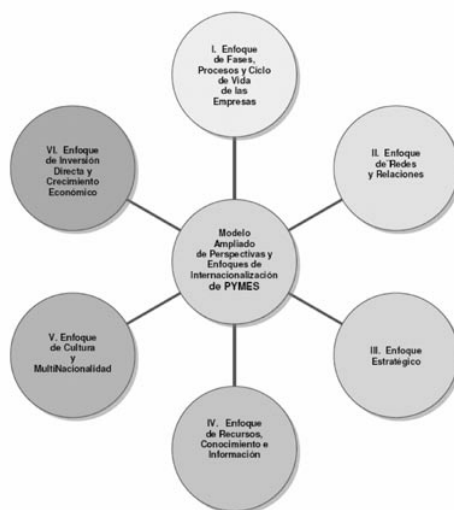
Notas: Las Dimensiones Teóricas de Coviello N. y McAuley (1999) son tres. En este estudio existen tres más. La Dimensión No. 6 corresponde a Teorías de la FDI (IDE), que analiza variables macro.

Fuente: Elaboración Propia.

La primera dimensión (enfoques teóricos) se construyó analizando los diferentes marcos teóricos que citan los autores en sus investigaciones; de ahí que se haga referencia a seis líneas de investigación acerca de la temática de la internacionalización: 1) el enfoque teórico de las fases, procesos y ciclo de vida de las empresas que se internacionalizan, trabajos que se centran en el estudio del proceso por el cual tiene que pasar la empresa para llegar a tener operaciones en ámbito internacional; 2) el enfoque de las redes y relaciones, el cual consiste en el estudio de la interacción y negociación de la empresa con otras empresas que le servirán de apoyo para internacionalizar sus operaciones; 3) el enfoque estratégico que comprende el estudio de las operaciones en el nivel internacional como fuente de ventaja competitiva de la empresa; 4) el enfoque de recursos, conocimiento y la información que básicamente se centra en el aprovechamiento y gestión del conocimiento e información para mejorar la eficiencia de la empresa; 5) el enfoque de la cultura y multinacionalidad, el cual se centra en el estudio del entorno de la empresa al cual se enfrenta considerando las características propias de cada país; y 6) el enfoque de la inversión extranjera directa y crecimiento económico, el cual pretende identificar aspectos de carácter macroeconómicos que dan origen a la inversión de empresas en el extranjero (véase figura 2).

Principales enfoques teóricos e investigaciones empíricas generales sobre la internacionalización de PYMES...

Figura 2
Modelo Ampliado de Perspectivas y Enfoques de Investigación de PYMES



Fuente: Elaboración Propia

La segunda dimensión analiza el tipo de empresa según su origen. Estas pueden ser pequeñas y medianas (PYMES) —incluyendo en este grupo a las *Born Globals*—, familiares y en industrias de alto crecimiento, como las tecnológicas.

La tercera dimensión estudia los tipos de internacionalización. En esta investigación se han encontrado estudios de empresas exportadoras, empresas *Born Globals*, empresas cuyas formas de internacionalización son las alianzas estratégicas y empresas con otros modos de entrada internacional.

4.1. Producción científica

Se han seleccionado 29 artículos, de los cuales 19 son estudios cuantitativos y diez son estudios de casos (véase tabla 3). Estos últimos fueron desarrollados sobre todo en los años 2003 (con tres) y 2004 (con cuatro). Los estudios de caso van desde análisis pormenorizados de una empresa hasta estudios que contienen muestras de 21 empresas. El promedio de firmas estudiadas en este grupo de empresas es de seis.

Sobre los estudios empíricos, la selección contiene 19 artículos. Estos estudios se desarrollaron en los últimos cinco años, de los que es importante mencionar la producción durante el 2002 (seis). Las muestras estudiadas van desde 19 hasta 12,204 empresas. La media global de empresas por estudio, de este grupo, sería de 640, aunque una media más estricta sería 219 al eliminar el artículo que más datos muestrales tiene (12,204).

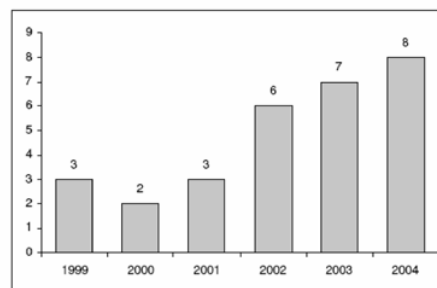
Tabla 3
Autores de Trabajos Empíricos y Estudios de Caso por Año de Publicación

Año	No.	Autor y/o Autores	
1999	1.	Srinivas Prasad	EC
	2.	Pieter Pauwels y Paul Matysseens	EC
	3.	Nicholas Athanassiou, Douglas Nigh	TE
2000	4.	Erkko Autio, Harry J. Sapienza, James Almeida	TE
	5.	James Wolff, Timothy Pett	TE
	6.	Andrew Delios, Paul Beamish	TE
2001	7.	Paul Westhead, Mike Wright, Deniz Ucbasaran	TE
	8.	Timothy Clark, Derek S. Pugh	TE
	9.	Knight G.A., Liesch P.W.	EC
2002	10.	John Fahy	TE
	11.	Wright M., Lockett A., Pruthi S.	TE
	12.	Rialp A., Axinn C., Thach S.	TE
	13.	Westhead P., Wright M., Ucbasaran D.	TE
	14.	Lise Prefontaine, Mario Bourgault	TE
2003	15.	Karlson T., Silseth P.R., Benito R.G., Welch L.S.	EC
	16.	Kirby D.A., Kaiser S.	EC
	17.	D. Deo Shama, Anders Blomstermo	EC
	18.	Zahra S.A.	TE
	19.	Lau H.	TE
	20.	Luo X., Zhou L., Liu S.S.	TE
	21.	Richard D. Hadley, Heather I.M. Wilson	TE
2004	22.	Park S., Bae Z.	EC
	23.	Svante Andersson	EC
	24.	Simon Harris, Colin Wheeler	EC
	25.	Mika Gabrielsson, V.H. Manek Kirpalani	EC
	26.	Sapienza H.J., De Clercq D., Sandberg W.R.	TE
	27.	Kalantaridis C.	TE
	28.	Chen H., Huang Y.	TE
	29.	Niron Hashai, Tamar Almor	TE

Notas: EC = Estudio de Casos
 TE = Trabajo Empíricos
 Fuente: Elaboración Propia.

La producción de estudios ha sido prolífica en los últimos años (véase figura 3). En el 2004, tenemos ocho estudios (28%); en el 2003, siete (24%); y en el 2002, seis (20%), lo que implica una mayor preocupación académica por la investigación de estos temas, así como un amplio marco de trabajo teórico para el futuro.

Figura 3
Evolución Anual Consolidada de Trabajos Empíricos y Estudios de Caso



Notas: Número de Artículos Publicados y Seleccionados en esta exploración.
 Fuente: Elaboración Propia.

4.2. Referencias de marcos teóricos y países estudiados

Tal como se señaló anteriormente, los artículos siguen seis enfoques de investigación teóricos muy identificables. Estos enfoques resumen más de veinticinco teorías, pues más de un artículo cita varias a la vez (Ver Tabla 4).

Principales enfoques teóricos e investigaciones empíricas generales sobre la internacionalización de PYMES...

Tabla 4
Número de Veces en que se han citado Teorías y/o Marcos Teóricos

No.	Teorías y/o Marcos Teóricos	Citas
1.	teoría de la Estrategia	11
2.	Fases de Internacionalización	10
3.	teoría de Recursos y Capacidades	8
4.	Modelos de Uppasala	8
5.	teoría de internacionalización	7
6.	teoría de Empresas Multinacionales	7
7.	teoría del Conocimiento	5
8.	teoría Ecléctica	5
9.	teoría del Ciclo de Vida de las Empresas	4
10.	teoría de Redes	4
11.	teoría de la Organización Industrial	4
12.	teoría de la Cultura Organizacional	3
13.	teoría de las Bases Globales	3
14.	teoría de la Distancia Psíquica	3
15.	teoría de la Organización	2
16.	teoría de los Costes de Transacción	2
17.	teoría del Entrepreneurship	2
18.	teoría institucional	2
19.	teoría de la Des-internacionalización	1
20.	teoría del Compromiso del Mercado	1
21.	teoría de Negocios Internacionales	1
22.	teoría del Portafolio y Diversificación Geográfica	1
23.	teoría del Desempeño Exportador	1
24.	teoría del Ciclo Vida Industria	1
25.	teoría del Crecimiento Económico	1
26.	teoría de la Inversión Extranjera Directa	1
27.	teoría del Conocimiento de la Experiencia	1

Notas: Las citas se refieren a la cantidad de veces que aparecen en la exploración de artículos.
Fuente: Elaboración Propia.

Las teorías más citadas son las siguientes: teoría de la estrategia (once), teoría de las fases de crecimiento (diez), teoría de recursos y capacidades (ocho), teoría de los modelos Uppasala (ocho), teoría de internacionalización pura (siete), teoría de las empresas multinacionales (siete), teoría del conocimiento (cinco), teoría ecléctica (cinco).

También es posible observar que se citan otras teorías que seguramente serán motivo de análisis más profundos en el futuro, como la teoría de la des-internacionalización, la teoría del compromiso de mercado, la teoría de los negocios internacionales, la teoría de portafolio y diversificación geográfica, la teoría del conocimiento de la experiencia, la teoría del desempeño exportador, la teoría del ciclo de vida de la industria, la teoría del crecimiento extranjero e inversión directa.

Los países más estudiados son los europeos (nueve), seguido de los asiáticos (cinco), de los americanos (dos), medio oriente (uno) y Oceanía (dos). En la tabla 5 se puede observar que ninguna de las investigaciones menciona Latinoamérica ni tampoco África. Las empresas, según su país de origen, provienen de Estados Unidos (seis), Gran Bretaña (cinco), Alemania (dos), Suecia (dos), Finlandia (dos), Israel (dos), entre otros.

4.3. Producción según técnica utilizada y variables

Las técnicas más utilizadas han sido los cuestionarios y entrevistas en profundidad para los estudios de caso. De los diez estudios realizados en esta modalidad, casi todos han utilizado esta técnica. Por el lado de los estudios empíricos, las técnicas más empleadas han sido los análisis de regresión múltiple, análisis de regresión logarítmica y los análisis de varianza, alfa de Cronbach de fiabilidad y también los análisis multivariantes o combinaciones de algunos de éstos con los anteriores. Además de escalas de Likert, así como también la estadística descriptiva, las pruebas T, chi cuadrado, entre otras.

En vista de la heterogeneidad de los estudios, se ha optado por no hacer una descripción detallada de las variables utilizadas, pues por su complejidad esto podría implicar la homogenización de las variables, que sería tema de otra investigación.

5. Resultados de la investigación: análisis de objetivos y conclusiones

Para presentar los objetivos y conclusiones de forma sinóptica, se han utilizado los seis enfoques teóricos propuestos con anterioridad y naturalmente los aportes de los autores de cada uno de los 29 trabajos utilizados en la investigación, ordenados de forma cronológica. Así, se logra una evaluación temporal, útil para comprender este análisis.

5.1. Enfoque de fases, procesos y ciclo de vida

Respecto a este enfoque, existen trabajos que presentan a la teoría de fases como un marco fundamental para explicar el proceso de internacionalización. Así tenemos a Chen y Huang (2004), quienes proponen cuatro maneras de cómo una empresa puede realizar un proceso coherente de internacionalización: 1) alianzas de servicios después de la venta, 2) alianzas para la distribución de sus productos, 3) alianzas para desarrollar productos y 4) alianzas para construir canales de distribución al menudeo en mercados globales y locales. Otros autores sostienen que los modelos de crecimiento y la velocidad de cambio de las nuevas empresas exitosas varían de acuerdo con las condiciones iniciales de la empresa, con las habilidades emprendedoras de los directivos y según el grado de esfuerzo tecnológico de la empresa (Park y Bae, 2004). Por otro lado, se afirma que las empresas tienden a crecer más rápido que las empresas de tamaño medio por “la ley de efecto de la proporción”. Mientras algunas empresas pasan por cuatro fases, otras empresas se saltan una o más. La mayoría de empresas, según Prasad (1999), se volvieron globales en una segunda fase; no obstante, existen estudios que sugieren que las empresas no siguen necesariamente el modelo de fases. Para estos autores, el proceso de internacionalización es como el de las multinacionales, pero no idéntico (Hashai y Almor, 2004).

5.2. Enfoque de inversión extranjera directa y crecimiento económico

Varios trabajos hacen hincapié en la inversión extranjera directa (IED) como un modo de internacionalización. Por ejemplo, Fahy (2002) sostiene que es importante definir las estrategias de decisiones de IED para acceder a recursos de un país y desarrollarlos. Otros autores también han demostrado que la teoría de la inversión directa es válida para ciertas industrias, inclusive más que los fundamentos teóricos del *marketing* (Lau, 2003). Los componentes teóricos de este enfoque son más amplios que los del enfoque estratégico, motivo por el que se ha preferido dar un tratamiento independiente.

5.3. Enfoque de la cultura y multinacionalidad

Para comprender cómo afecta la multinacionalidad a la internacionalización de las PYMES, Delios y Beamish (2001) demostraron que la experiencia de una empresa multinacional contribuye al éxito de expansión internacional y que tal experiencia po-

dría replicarse en otro tipo de empresas. La experiencia genera nuevas capacidades y contribuye a la adaptación de recursos intangibles. Por otra parte, está confirmado que las empresas que entran en mercados emergentes necesitan adaptarse a las condiciones del mercado local en lugar de replicar sus estrategias domésticas (Wright, Lockett y Pruthi, 2002). Esto contrasta con los resultados de Clark y Pugh (2001), quienes aseguran que la cultura nacional no parece ser un factor crucial como sugiere el modelo de internacionalización de Uppsala.

5.4. Enfoque de recursos, conocimiento y la información

Quizás este enfoque haya sido uno de los más evaluados en toda la revisión que se hizo. Hay autores que señalan que el conocimiento y el aprendizaje son determinantes para el crecimiento de las empresas nuevas. Esta importancia es mayor en ambientes de empresas dinámicas (Autio, Sapienza y Almeida, 2000); además, se menciona que las empresas que son exitosas, captan los activos externos de información para incrementar su propio patrimonio de conocimiento a través de la interacción de su cadena. Los directivos deben captar las nuevas tecnologías para facilitar la adquisición de información y el proceso de creación de conocimiento (Knight y Liesch, 2002). En tal sentido, los trabajos de empresas multinacionales sirven de referencia para demostrar cómo el conocimiento tácito de los ejecutivos miembros de un equipo TMT (Top Management Team) produce mejoras en los modos de involucramiento en negocios internacionales (Athanassiou y Nigh, 1999). El conocimiento de la internacionalización está significativamente relacionado con la diversidad del mercado. Así también, el conocimiento comercial extranjero está vinculado fuertemente con el conocimiento de internacionalización (Richard, Hadley y Wilson, 2003).

Por otra parte, entrar a un mercado nuevo a una edad temprana y expandir su alcance internacional puede desarrollar capacidades de aprendizaje en la empresa. El aprendizaje internacional y nacional son generalmente complementarios (Sapienza, De Clercq y Sandberg, 2004). Finalmente, un trabajo interesante es el de Karlsen, Silseth, Benito y Welch (2003), el cual menciona la importancia de descubrir las barreras que existen en la transferencia de conocimiento generado por conexiones *inward* y *outward* en las empresas.¹

5.5. Enfoque de las redes y relaciones

La investigación sugiere que la interacción social es relevante. Las relaciones necesitan madurar y desarrollarse y esto se hace a través de la interacción social. Las relaciones internacionales que los empresarios desarrollan no sólo nacen de la experiencia de mercadeo, información o de acceso a nuevas redes, sino de cualquier otra parte (Harris y Wheeler, 2004). Los directivos responsables tienen influencia en el desarrollo y la expansión internacional, así como en sus redes personales y en su habilidad por el idioma. Si un empresario se enfoca en la internacionalización en una fase temprana, producirá

¹ Las palabras *inward* y *outward* se refieren a factores de entrada y de salida en el comercio internacional.

rápidamente resultados. En industrias maduras, el cambio es más lento que en las industrias de alto-crecimiento, donde los cambios son muy rápidos; además, como el ambiente de estas empresas es muy duro, es más fácil entender las estrategias internacionales. En conclusión, las empresas en industrias diferentes tienen modelos internacionales diferentes (Andersson, 2004).

5.6. Enfoque estratégico

5.6.1. Exportaciones

Los resultados de las investigaciones indican que las microempresas han tenido una estrategia de exportación reactiva, a diferencia de las medianas empresas. (Gestead, Wright y Ucbasaran, 2002). Se piensa que esto es así porque las pequeñas empresas utilizan modelos competitivos diferentes a los empleados por las empresas exportadoras y porque las pequeñas empresas están condicionadas por la opción del modelo competitivo que siguen para internacionalizarse (Wolf y Pett, 2000) En España, por ejemplo, las empresas prefieren externalizar su actividad exportadora utilizando canales independientes; en este país, se identificaron algunas diferencias en la selección de modos de canales de exportación basándose en las características específicas de la empresa, estrategias de marketing interno y el contexto en el que operan (Rialp, Axinn y Thach, 2002).

También es interesante observar que en otros países la conducta exportadora es muy relevante; por ejemplo, en Canadá, los gerentes de empresas exportadoras son más propensos a reaccionar a las oportunidades externas, seguramente porque el análisis estratégico que ellos desarrollan tiene un impacto mayor en Canadá que en los Estados Unidos (Prefontaine y Bourgault, 2002).

Pero hay autores que van más allá, aconsejando a los políticos enfocarse en las características personales de los fundadores principales de los negocios que buscan internacionalizarse, de tal suerte que puedan ofrecerles apoyo y brindarles asistencia (Westhead, Wright y Ucbasaran, 2001) como parte de una estrategia integral de país.

5.6.2. Desinternacionalización

Un retiro internacional puede ser una decisión positiva si perfecciona el portafolio del mercado internacional de una empresa en respuesta a cambios medioambientales dramáticos. No debe ser considerado un fracaso o síntoma de declive *a priori* en el proceso de internacionalización de una empresa (Pauwels y Mattysens, 1999).

5.6.3. *Born Globals*, *Joint Ventures*, alianzas estratégicas

El proceso de internacionalización de las *Born Globals* (BG) se caracteriza por la estrategia de exploración, es decir, por la búsqueda de nuevos conocimientos heterogéneos, muchas veces

basado en la improvisación. El proceso es reactivo y coevolutivo (Sharma y Blomstermo, 2003). Por otra parte, las BG generalmente no poseen los recursos suficientes para el arranque de sus operaciones, lo que aumenta el riesgo comercial; por consiguiente, estas compañías, que intentan alcanzar un espacio rápidamente en los mercados internacionales, deben utilizar canales existentes. De esta manera, el riesgo disminuye (Gabrielsson y Kirpalani, 2004). Los *Joint Ventures*, en cambio, pueden ser una buena estrategia de entrada para las PYMES con recursos y conocimiento limitados del mercado (Kirby y Kaiser, 2003) porque las empresas pequeñas pueden adoptar una aproximación más flexible que las empresas medianas respecto al número de dimensiones de internacionalización (Kalantaridis, 2004).

En las empresas familiares, los estudios revelan que la estrategia de expansión es más segura cuando la decisión de involucrar a la familia es activa (Zahra, 2003). Eso pasa también en empresas donde los factores institucionales como propiedad e internacionalización, los factores organizacionales como tamaño y edad de la firma, así como el factor estratégico de orientación al cliente, son significativamente importantes para el emprendimiento corporativo (Luo, Zhou y Liu, 2003).

6. Futuras investigaciones

Producto del análisis se puede sugerir a los futuros investigadores extender el estudio de la internacionalización de PYMES a países de economías emergentes como el caso de Latinoamérica y África puesto que en nuestra selección ninguna de las muestras contemplaba países ubicados en estas regiones.

Se puede percibir la falta de estudios longitudinales para lograr el entendimiento más profundo de las empresas y sus cambios en el transcurso del tiempo. Es importante también incorporar el análisis que juega la cultura de la organización, los sistemas de apoyo institucional y las políticas gubernamentales en el proceso de internacionalización (Zahra, 2003).

En relación con el uso de información y transmisión de conocimiento, es posible profundizar en las investigaciones relacionadas con la conversión de conocimiento en ventaja competitiva y qué factores las pueden inhibir. Dentro de dichos factores se pudiese considerar el grado de internacionalización, su edad de entrada, su tendencia emprendedora y ver si están asociadas con el esfuerzo de aprendizaje (Sapienza, De Clercq y Sandberg, 2004), o bien tratar de identificar qué recursos altamente transferibles y altamente imitables pueden ser una fuente clave para la ventaja competitiva (Fahy, 2002).

Asimismo, es necesario explorar más profundamente el proceso entre empresas que facilitan o restringen la creación, transferencia y utilización de conocimiento generado por el surgimiento de las conexiones *inward-outward* en la internacionalización (Karlsen *et al.*, 2003).

Es necesario identificar los tipos de recursos que pueden complementar la experiencia de dirección en los esfuerzos de internacionalización de las PYMES (Wolf y Pett, 2000).

Otro aspecto importante por considerar para futuras investigaciones es el hecho de si es posible que pueda variar la naturaleza de la información necesaria en las fases de pre-internacionalización. Si esto fuera así, entonces ¿cuál sería el papel de reducir los costos de adquisición de información para internacionalizarse? ¿cuáles son los antecedentes relacionados con los niveles y capacidades de internalizar la información, que conducen a un mayor desempeño internacional? (Knight y Liesch, 2002).

Desde un enfoque estratégico, las futuras investigaciones deben examinar los eslabones entre la estrategia de las empresas internacionales, las características de los altos directivos y el desempeño de la empresa (Athanassiou y Nigh, 1999). Park y Bae (2004) proponen tratar de explicar qué estrategias de competitividad y crecimiento son atractivas en un determinado mercado local o internacional considerando sus condiciones particulares.

Las investigaciones centradas en el comportamiento exportador de las PYMES debieran desarrollar una mejor caracterización de los tipos de contratos, considerando su temporalidad, derechos de exclusividad o características del desempeño (Rialp, Axinn y Thach, 2002).

Igualmente se propone utilizar investigaciones cualitativas y cuantitativas para identificar los factores internos y externos del entorno que promueven la actividad exportadora, además de llevar a cabo estudios longitudinales para explorar la variación entre las diferentes industrias, aspectos regionales, nacionales y culturales (Westhead P., Wright M. y Ucbasaran D., 2002).

Se ha detectado que es necesario promover una definición de internacionalización más amplia, que vaya más allá de la actividad exportadora, para explorar los efectos que tiene la experiencia obtenida en un país para el desarrollo de otro que es proveedor de materias primas (Kalandaridis, 2004).

En la actualidad existen empresas que desde su creación tienen actividad en los mercados internacionales (*Born Globals*) y se salen del esquema establecido por la teoría de fases de internacionalización o del modelo Upssala. En este sentido, se sugieren estudios cuantitativos para proporcionar detalles acerca del conocimiento y de los efectos del proceso de internacionalización de estas empresas. Es igualmente importante analizar los lazos comerciales directos o indirectos y las consecuencias que pudieran ocasionar los cambios en dichas relaciones (Sharma y Blomstermo, 2003).

Asimismo, se debe investigar hasta qué punto las empresas que se internacionalizan desde su creación deben intentar desarrollar productos internamente y hasta qué punto ellos deben adquirirlos, distribuirlos o ser agente de otras empresas (Hashai y Almor, 2004).

7. Conclusiones

De acuerdo con la exploración realizada, se ha podido encontrar que la producción está aumentando en los últimos años, lo que demuestra la complejidad de poder explicar el

proceso de internacionalización y, a su vez, comprobar que no existe una teoría de internacionalización única para comprender dicho proceso.

Derivados del estudio de los 29 trabajos seleccionados por su rigurosidad científica, podemos encontrar que existen actualmente seis enfoques distintos para comprender el proceso de internacionalización de las PYMES: 1) El enfoque teórico de las fases, procesos y ciclo de vida de las empresas que se internacionalizan, 2) el enfoque de las redes y relaciones, 3) el enfoque estratégico, 4) el enfoque de recursos, conocimiento y la información, 5) el enfoque de la cultura y multinacionalidad y 6) el enfoque de la inversión extranjera directa y crecimiento económico. Este modelo es una visión más amplia que el modelo de perspectivas propuesto por Coviello y McAuley (1999), tal como se observa en la figura 2, lo cual permite evaluar desde otras dimensiones el proceso de internacionalización de PYMES.

Es necesario elaborar más estudios longitudinales, así como extender la investigación sobre internacionalización de PYMES hacia países de Latinoamérica y África. Por otro lado, las futuras investigaciones apuntan a aspectos relacionados con la experiencia, el uso de la información y la transmisión de conocimientos y, desde un punto de vista estratégico, a identificar los recursos de la empresa que les permiten alcanzar la ventaja competitiva en un ámbito internacional.

Referencias Bibliográficas

- ANDERSSON, S. (2004). "Internationalization in different industrial contexts". *Journal of Business Venturing*, vol. 19, pp. 851-875.
- AUTIO, E., H. J. SAPIENZA y A. ALMEIDA. (2000). "Effects of Age at Entry, Knowledge Intensity, and Imitability on International Growth". *Academy of Management Journal*, vol. 43, núm. 5, pp. 909-924.
- ATHANASSIOU, N. y D. NIGH. (1999). "The Impact of US Company Internationalization on Top Management Team Advice Networks: A tacit knowledge perspective". *Strategic Management Journal*, vol. 20, pp. 83-92.
- CHEN H. y Y. HUANG. (2004). "The Establishment of Global Marketing Strategic Alliances by Small and Medium Enterprises". *Small Business Economics*, vol. 22, pp. 265-377.
- CLARK, T. y D. S. PUGH. (2001). "Foreign country priorities in the internationalization process: a measure and an exploratory test on British Firms". *International Business Review*, vol. 10, pp. 285-303.
- DANA, L. P. (2001). "Introduction Network, Internationalization in Policy". *Small Business Economics*, vol. 16, pp. 57-62.

- DELIOS, A. y P. Beamish. (2001). "Survival and Profitability: The Roles of Experience and Intangible Assets in Foreign Subsidiary Performance". *Academy of Management Journal*, vol. 44, núm. 5, pp. 1028-1038.
- FAHY, J., (2002). "A Resource-Based Analysis of Sustainable Competitive Advantage in a global environment". *International Business Review*, vol. 11, pp. 57-78.
- FILLIS, I. (2001). "Small firm internationalisation: an investigative survey and future research directions". *Management Decision*, vol. 39, núm. 9, pp. 767-783.
- GABRIELSSON, M. y M. V. H. KIRPALANI. (2004). "Born Globals: How to reach new business space rapidly". *International Business Review*, vol. 13, pp. 555-571.
- HADLEY, R. D. y H. I. M. WILSON. (2003). "The Network model of internationalisation and experiential knowledge". *International Business Review*, vol. 12, pp. 697-717.
- HARRIS, S. y C. WHEELER. (en prensa). "Entrepreneurs' relationships for internationalization: functions, origins and strategies". *International Business Review*.
- HASHAI, N. y T. ALMOR. (2004). "Gradually Internationalizing "born global" firms: an oxymoron?". *International Business Review*, vol. 13, pp. 465-483.
- KALANTARIDIS, C. (2004). "Internationalization, Strategic Behavior, and the Small Firm: A Comparative Investigation". *Journal of Small Business Management*, vol. 43, núm. 3, pp. 245-262.
- KARLSEN, T. *et al.* (2003). "Knowledge internationalisation of the firm, and inward-outward connections". *Industrial Marketing Management*, vol. 32, pp. 385-396.
- KIRBY, D.A. y S. KAISER. (2003). "Joint Ventures as an Internationalisation Strategy for SME's". *Small Business Economics*, vol. 21, pp. 239-242.
- KNIGHT, G. A. y P. W. Liesch. (2002). "Information internalisation in internationalising the firm". *Journal of Business Research*, vol. 55, pp. 981-995.
- LAU, H. (2003). "Industry evolution and internationalization processes of firms from a newly industrialized economy". *Journal of Business Research*, vol. 56, pp. 847-852.
- LUO, X., L. ZHOU y S. S. LIU. (2005). "Entrepreneurial firms in the context of China's transition economy: an integrative framework and empirical examination". *Journal of Business Research*, vol. 58, núm. 3, pp. 277-284.
- PARK, S. y Z. BAE. (2004). "New Venture Strategies in a Developing Country: Identifying a typology and examining growth patterns through case studies". *Journal of Business Venturing*, vol. 19, pp. 81-105.

- PAUWELS, P. y P. MATTYSENS. (1999). "A Strategy Process Perspective on Export Withdrawal". *Journal of International Marketing*, vol. 7, núm. 3, pp. 10-37.
- PRASAD, S. B. (1999). "Globalization of Smaller Firms Field Notes on Processes". *Small Business Economics*, vol. 13, pp. 1-7.
- PREFONAINE, L. y M. Bourgault. (2002). "Strategic Analysis and Export Behaviour of SME's". *International Small Business Journal*, vol. 20, núm. 2, pp. 123-138.
- RIALP, A., C. AXINN y S. THACH. (2002). "Exploring Channel internalization among Spanish Exporters". *International Marketing Review*, vol. 19, núm. 2, pp. 133-155.
- , J. RIALP y G. A. Knight. (en prensa). "The phenomenon of early internationalising firms what do we know after a decade 1993-2003 of scientific inquiry". *International Business Review*.
- SAPIENZA, H. J., D. DE CLERCQ y W. R. SANDBERG. (en prensa). "Antecedents of international and domestic learning effort". *Journal of Business Venturing*.
- SHARMA, D.D. y A. Blomstermo. (2003). "The Internationalization Process of Born Globals: a Network View". *International Business Review*, vol. 12, pp. 739-753.
- WESTHEAD P., M. WRIGHT y D. UCBASARAN. (2001). "The Internationalization of New and Small Firms: A Resource-Based View". *Journal of Business Venturing*, vol. 16, pp. 333-358.
- . (2002). "International market selection strategies selected by "micro" and "small" firms". *International Journal of Management Science*, vol. 30, pp. 51-68.
- WOLFF, J. A. y T. L. Pett. (2000). "Internationalization of Small Firms: An Examination of Exports Patterns, Firm Size and Export Performance". *Journal of Small Business Management*, vol. 38, núm. 2, pp. 34-47.
- WRIGHT, M., A. Lockett y S. Pruthi. (2002). "Internationalization of Western Venture Capitalist into Emerging Markets: Risk Assessment and Information in India". *Small Business Economics*, vol. 19, pp. 13-29.
- ZAHRA, S. A. (2003). "International expansion of US manufacturing family business: the effect of ownership and involvement". *Journal of Business Venturing*, vol. 18, pp. 495-512.

