



**COMPETITIVIDAD ENTRE EMPRESAS
(APRENDIZAJE E INTERNACIONALIZACIÓN)**

AUTORES

ANA MARÍA BETANCOURT

SEBASTIÁN SEPÚLVEDA

ANDRÉS LANERI

JUAN CAMILO SANDOVAL

DIRECTOR DEL PROYECTO

JUAN ANTONIO GUDZIOL

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTIAGO DE CALI

2014

Tabla de Contenido

	Pág.
Resumen Ejecutivo	3
Introducción	5
1. Marco Teórico	
1.1 Aprendizaje Organizacional	7
1.2 Orientación Emprendedora y Flexibilidad Estratégica	9
1.3 Internacionalización y Capacidad para Competir Internacionalmente	13
1.4 Análisis de las Relaciones entre las Variables	16
2. Planteamiento de Hipótesis, Problema de Investigación y Metodología	
2.1 Descripción del Problema de Investigación y Planteamiento de Hipótesis	18
2.2 Análisis de Regresión Múltiple	22
2.3 Análisis Factorial Confirmatorio	23
3. Conclusiones Parciales y Recomendaciones	25
Bibliografía	27

Resumen Ejecutivo

La presente investigación busca determinar cómo se está llevando a cabo el proceso de internacionalización de las empresas colombianas, a partir del estudio de factores vitales en una empresa, tal como el Aprendizaje Organizacional (AO), la Capacidad para Competir internacionalmente (CCI), la Flexibilidad Estratégica (FE) y, finalmente, el Grado de Internacionalización (GI).

La investigación se realiza en empresas pequeñas, medianas y grandes, establecidas en el territorio colombiano, las cuales deben cumplir la condición de estar exportando en la actualidad o de haberlo hecho recientemente. Estas empresas son escogidas aleatoriamente a partir de la base de datos proporcionadas por instituciones como ICECOMEX, ADICOMEX, entre otras. El método para la recolección de información son encuestas, las cuales miden aspectos críticos de las variables a estudiar.

Para la creación del marco teórico se tuvieron en cuenta autores como Fiol, Crossan, Lane, White, Sanchez, Levitt, Yuan Li, Fernandez, Da Costa, Beamish, Welch entre otros. El aporte teórico de estos autores fue fundamental para la contextualización y aprendizaje de los conceptos mencionados anteriormente, para así garantizar un óptimo desarrollo de la investigación.

Esta investigación aporta información estratégica muy valiosa para las empresas colombianas ya que da a conocer qué factores afectan tanto positiva como negativamente el proceso de

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

internacionalización, lo cual habilita la toma de decisiones interna orientada hacia la consecución de mejores resultados para la empresa.

Este estudio se desarrolló en dos etapas; la primera de ellas consistió en la revisión bibliográfica de los diferentes autores que permitieran dejar en claridad los conceptos relacionados directamente con la investigación.

La segunda etapa del estudio consistió en contactar y visitar empresas exportadoras radicadas en la ciudad de Santiago de Cali y proporcionarles a éstas una encuesta auto-diligenciada. De esta manera, se recolectó la información requerida para ser posteriormente analizada y así obtener las conclusiones e información estratégica valiosa.

Palabras claves: Aprendizaje Organizacional, Capacidad para Competir Internacionalmente, Flexibilidad Estratégica, Internacionalización, Exportación, Glocal.

Introducción

Durante los últimos años, se ha generado un desarrollo significativo dentro del amplio mundo de la internacionalización, tendencia que ha tenido un papel cada vez más activo de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en los mercados internacionales (Oviatt y McDougall, 1994, 1999).

La internacionalización ha dejado de ser algo opcional para la mayoría de las empresas en la actualidad (Kim, 2009). A pesar de nacer con carácter local, sirviendo a mercados pequeños y con características específicas, muchas empresas alcanzan un momento en su trayectoria en el cual descubren que si desean sobrevivir a la presión y a las exigencias de la globalización, las cuales se encuentran materializadas esencialmente en la competencia que representan las grandes empresas multinacionales, deben ampliar su horizonte y adaptar una estrategia “glocal”. Este último término proviene de la mezcla entre lo global con lo local, adaptando dos dinámicas opuestas y complementarias a la vez. (ElPaís, 2010)

Las estrategias “glocales” son adoptadas por las empresas con el objetivo de seguir respondiendo a un mercado local y satisfaciendo las necesidades de los consumidores, pero teniendo en cuenta todos los efectos globales que se producen en el mercado, en el sector, y en la industria que les corresponde, y que eventualmente terminan haciéndose evidentes en las necesidades y las demandas de los consumidores. Esto último lo hacen las empresas con el objetivo principal de ser competentes tanto a nivel nacional como a nivel internacional y con el ánimo de desarrollar estrategias de internacionalización, las cuales han sido estudiadas en diferentes países por una serie de trabajos tanto teóricos como empíricos. Dichas estrategias garantizan no sólo la

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

permanencia y subsistencia en el mercado local de estas empresas, sino un posible acceso a nuevos mercados internacionales, y así, en conjunto, una mayor participación en el mercado global.

A partir de lo anterior resulta necesario retomar el concepto de internacionalización, el cual consiste en un conjunto de estrategias desarrolladas por las empresas con el fin de acceder a nuevos mercados que se encuentran por fuera de aquel constituido como su mercado local, regional y/o nacional. Este conjunto de estrategias mencionado radica principalmente en tres ramas que se desprenden de la internacionalización como la estrategia máxima; las tres ramas son el aprendizaje organizacional (AO), la flexibilidad estratégica (FE) y la capacidad para competir internacionalmente (CCI). Cada una de ellas será abordada en detalle en este trabajo y se evaluará su relación con el grado de internacionalización de las empresas, particularmente aquellas constituidas como pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Colombia- las cuales evidentemente se diferencian en muchos aspectos de las empresas grandes- hasta generar una serie de hipótesis que pretenderán explicar la correlación existente entre cada una de ellas con el Grado de Internacionalización (GI).

1. Marco Teórico

1.1 Aprendizaje organizacional

El aprendizaje organizacional ha estado en el vocabulario desde alrededor de los años 60, pero en el último tiempo ha tomado más popularidad por la importancia dentro del funcionamiento y desarrollo de una organización y por sus inmensos beneficios que permiten generar ventajas competitivas.

Las primeras definiciones dadas en 1969, definen al aprendizaje organizacional como las perspectivas de crecimiento y cambio en la estructura de la organización por parte de los individuos para así afrontar los problemas organizacionales que se pudieran presentar para que se reflejen en los resultados de la organización. Bajo esta línea de análisis, el aprendizaje organizacional mejora el rendimiento futuro de la organización.

Actualmente, el termino Aprendizaje Organizacional diverge en su definición según cada autor, sin reducir la importancia y aplicabilidad de cada uno. Cada autor le da un enfoque diferente al término y lo abarca según sea su interés. En primera instancia se desea considerar desde Crossan, Lane y White (1999) el concepto de aprendizaje organizacional, el cual puede ser concebido como resultado principal de lograr la renovación estratégica de una empresa. Se resalta la importancia de explorar y aprender nuevos métodos mientras actualmente se explota lo que ya se ha aprendido. Crossan, Lane y White (1999) consideran cuatro premisas claves para el desarrollo del aprendizaje organizacional, las cuales son:

1. Tensión entre la asimilación de nuevos aprendizajes (exploración) y el uso de los que se han aprendido (explotación).
2. Aprendizaje organizacional es multinivel (individual, grupal, y organizacional).

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

3. Los niveles organizacionales están enlazados por procesos sociales y psicológicos. Intuición, interpretación, integración e institucionalización. (4I's).
4. La cognición afecta la acción.

Asimismo, Fiol y Lyles (1985) consideran que para que el aprendizaje se produzca hay que tener en cuenta cuatro factores decisivos:

1. Cultura
2. Estrategia
3. Estructura
4. Entorno

Esto es fundamental en el aprendizaje organizacional, ya que la organización se tiene que alinear con el entorno para que de esta forma siga siendo competitiva e innovadora, dado que el entorno afecta el rendimiento organizacional y la organización se tiene que adoptar a estos cambios para poder sobrevivir y crecer en el largo plazo.

De la misma forma en el texto de Levitt (1988), podemos evidenciar que el aprendizaje de la organización se basa en tres observaciones fundamentales:

1. El comportamiento de la organización se basa en rutinas.
2. Las acciones de la organización dependen de la historia.
3. Las organizaciones se orientan a objetivos.

De esta manera se puede concluir que, según lo propuesto por los autores, el aprendizaje organizacional es un activo vital que toda empresa debe desarrollar para así fortalecerse en un escenario global en el cual nunca se termina de aprender.

1.2 Orientación Emprendedora y Flexibilidad Estratégica

La Orientación Emprendedora se puede definir como la capacidad de la persona para llevar a cabo acciones empresariales que desafíen la incertidumbre del medio y obtengan resultados positivos para la organización. Estos resultados esperados por parte de las empresas se van a ver muy influenciados tanto por las estrategias que ésta lleve a cabo, como por los recursos que la empresa disponga en dicho momento. En otras palabras, la magnitud de los resultados dependerá de los recursos, capacidades o habilidades que le generan a la empresa una ventaja competitiva en el sector o mercado donde se encuentra, es decir, una ventaja sobre sus demás competidores (Wernerfelt, 1984; Schoemaker y Amit, 1993; Barney, 1986).

Para que un recurso o habilidad, lleve a una empresa a tener una ventaja competitiva frente a sus competidores, este recurso debe cumplir con cuatro requisitos (Barney, 1991):

- Debe ser valioso
- Raro entre los competidores actuales, es decir que ningún otro lo tenga
- Que no se pueda o que sea muy difícil de imitar por parte de la competencia
- No debe tener ningún recurso sustituto equivalente

También hay que tener en cuenta que no sólo se trata de poseer los recursos necesarios para hacerle frente a las crisis que se puedan presentar, sino que también el manejo que se le de a estos recursos juega un papel muy importante en este aspecto. Incluso en un caso en donde se tengan los mejores recursos, si se usan de una manera inadecuada no van a generar resultados y únicamente van a generar más costos en la empresa, incluso dejandola en una condición más ineficiente de aquella en la que se encontraba en el punto de partida.

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

Es importante, además, tener en cuenta que los resultados positivos que se derivan de las acciones que una empresa lleve a cabo, también dependen sustancialmente de la capacidad de la misma de poder renovar constantemente los recursos y habilidades que posee. Esto es debido a que siempre hay que tener presente que como se está en un ambiente competitivo, los rivales van a querer imitar dichos recursos o habilidades empleadas por la empresa líder para obtener mejores resultados; esto se puede evitar si la empresa tiene las capacidades de estar en una mejora continua y constante de sus recursos.

De esta manera, al utilizar de una forma adecuada los recursos existentes, las empresas pueden aprovechar e identificar con mayor facilidad las nuevas oportunidades que emergen de un entorno turbulento y en constante cambio, porque no solo se trata de que la empresa se acople y se adapte a dicho dinamismo de su entorno, sino también de que desarrolle la capacidad de identificar nuevas oportunidades de negocios en contextos de crisis, para así expandir y mejorar su mercado y sus resultados. Esto es lo que se conoce como Intra-Emprendimiento de las empresas, el cual es definido como el desarrollo de acciones o actividades por parte de una empresa existente para aprovechar nuevas oportunidades identificadas por la misma (Tagliaventi, Bertolotti y Macri, 2002).

Todo lo anterior hace que la empresa defina su cambio estratégico frente a la incertidumbre del entorno en la que se ve envuelta, pero el hecho de tener que pensar y aplicar la estrategia y los recursos, no hace que la empresa asegure su tranquilidad en el mercado. Es fundamental que aparte de la Orientación Emprendedora, la estrategia y los recursos, se tenga en cuenta la velocidad del cambio estratégico, la flexibilidad de los recursos y la flexibilidad de coordinación que tiene la empresa (Kelly and Amburgey, 1991; Zajac y Shortell, 1989).

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

Cuando el entorno de una empresa es demasiado volátil, aplicar la estrategia no da la solución para salir de la crisis, sino que entra la velocidad con la que se aplique ésta. En este sentido, si una empresa reacciona mucho más rápido a los cambios del entorno que sus competidores, mejor será el desempeño de ésta, porque la velocidad del cambio estratégico refleja el tiempo total que una empresa utiliza para llevar a cabo dicho cambio y esto tiene una fuerte implicación en el rendimiento de las organizaciones bajo un ambiente altamente incierto (Tushman y O'Reilly, 1996; Eisenhardt, 1989). Esto hace que el cambio estratégico mantenga una buena alineación con un entorno cambiante y sea fundamental para la supervivencia y el éxito de las empresas.

Adicionalmente, la empresa debe tener una buena flexibilidad de los recursos que reflejan su capacidad, para reasignar y reconfigurar sus recursos y procesos organizativos para hacer frente a los cambios que se presentan en el entorno. Puede que la empresa quiera redistribuir sus recursos, pero algunos de estos no tienen una flexibilidad tan alta para hacerle frente al cambio, como por ejemplo, una mayor cantidad de dinero en la elaboración de una estrategia, para lo cual también tiene que tener una flexibilidad de coordinación que hace referencia a la coordinación del uso de los recursos disponibles (Sánchez, 1995).

La flexibilidad estratégica ha estado en mente de los directivos desde hace mucho tiempo,. Tratando de hacer un estudio retrospectivo del asunto, es necesario advertir que la flexibilidad de la empresa ha sido un tópico que ha preocupado desde siempre a los managers de las organizaciones y a los académicos del management, por lo que no debe verse como una cuestión novedosa ni innovadora (ANSOFF, 1976). La noción de flexibilidad estratégica que es probablemente la más cercana a un entendimiento de flexibilidad diario, es la capacidad de hacer algo distinto de lo que se había previsto inicialmente. (Evans 1991).

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

La exigencia de flexibilidad nace de la incertidumbre a la que se ven sometidos los sistemas abiertos, puesto que, en condiciones de certidumbre, donde se conoce con exactitud y certeza lo que ocurrirá, la flexibilidad es más bien indeseable, por cuanto se paga por algo que no se tendrá oportunidad de utilizar (Thompson 1967). Es por esto que la flexibilidad debe ser una herramienta que ayude a mitigar esa incertidumbre que genera el entorno.

Barnes (1992) afirma que la flexibilidad estratégica se debe ver desde dos perspectivas, internamente y externamente. Internamente, identifica tres tipos de estrategias de acuerdo con el nivel de toma de decisiones estratégicas. En primer lugar, la estrategia a Nivel Corporativo es descrita como la preocupación por la dirección, composición y coordinación de las distintas unidades de negocio dentro de una organización grande y diversificada. Posteriormente, Estrategia Nivel de negocios relacionado con el funcionamiento y la dirección de las unidades de negocio individuales dentro de un grupo de empresas. Por último, la Estrategia nivel funcional relacionado con las funciones de negocio individuales. Externamente, hace referencia a factores del entorno como regulaciones, cambios sociales y políticos que afecten los objetivos primarios y secundarios de la empresa (Achrol 1999).

Revisando la literatura, es posible concluir que estudiar el grado de flexibilidad de las empresas pequeñas es complicado, lo cual se debe principalmente a que las estrategias de las pequeñas empresas suelen ser estrategias implícitas. En consecuencia, estas estrategias, que permanecen en los niveles tácitos de la empresa y en la mente del empresario y/o emprendedor, se manifiestan difícilmente de manera observable y estudiable, si no es a través de su manifestación mediante comportamientos, merced a las decisiones tomadas sobre las áreas funcionales y el factor humano. En segundo lugar, la estructura organizativa de las pequeñas empresas corresponde a

diseños estructurales simples e informales, y en consecuencia, caracterizados por una gran flexibilidad en las relaciones y comunicaciones. (Cano – Perfeito 2006).

1.3 Internacionalización y Capacidad para Competir Internacionalmente

El proceso de internacionalización de una empresa se da por varios motivos, principalmente cuando el mercado en el que se mueve la organización llega a un punto en el que se satura, es decir, el punto donde prácticamente es imposible incrementar la cantidad total de productos que se ofrecen para lograr una estimulación de la demanda y abarcar una mayor cuota de mercado, dado que los potenciales clientes que albergaba el mercado, ya fueron capturados por la empresa y se convirtieron en clientes habituales de la misma.

Es en este callejón sin salida la empresa ve la necesidad de entrar a otros mercados para que de esta manera se pueda llegar a un nuevo nicho de mercado o mercado objetivo lleno de clientes potenciales, y de esta manera incrementar la producción y ventas de la misma, logrando mayor competitividad y posicionamiento en el mercado tanto nacional como extranjero.

Igualmente, entre estos motivos se destacan el prestigio y símbolo de éxito y progreso que puede llegar a darle a una empresa la internacionalización de la misma, ya que no todas tienen este privilegio y las mismas oportunidades que una empresa que logra alcanzar este objetivo, concluyendo en una mejora de la rentabilidad si se alcanza de una forma eficiente. Además, el gran desarrollo actual de la globalización, la integración económica de los mercados mundiales, el desarrollo tecnológico, entre otros, son motivos que generan incentivos para que una empresa salga de su círculo para incursionar en nuevos mercados y nuevos retos (Da Costa, Beamish, Gerlinger 1989; Pelmutter, 1995).

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

El proceso de internacionalización de una empresa se lleva a cabo por algunas etapas que se presentarán a continuación. La primera de estas se denomina exportación ocasional, la cual consiste en que la empresa aparte de producir para su mercado interno, también (de vez en cuando y no muy frecuente) decide concretar una venta en el extranjero pero sin comprometerse a profundizar en dicha comercialización exterior, es decir, que se puede comparar esa venta como una venta más que se hace en el mercado interno porque el volumen de lo que ha vendido en el extranjero no marca la diferencia o no es significativo para el proceso de internacionalización de la empresa.

Luego entra lo que se llama exportación regular y como su nombre lo dice, da un paso más adelante que la exportación ocasional, ya que la empresa aumenta su volumen de ventas en el exterior porque ya existen clientes identificados y dedica un poco más los recursos que ésta dispone para producir especialmente para el mercado internacional o extranjero.

Posteriormente, sigue la exportación directa, donde ya hay una estructura mucho más definida y ya hay un procedimiento mucho más formal en cuanto al comercio exterior que lleva la empresa, es decir, que ya es necesario establecer un área encargada de las exportaciones o bien, un departamento enfocado en el comercio exterior que tenga estándares y procedimientos detallados de la logística que conlleva dicha expansión. Ya en esta etapa se hacen conexiones más fuertes con los clientes, importadores, distribuidores del otro país y se consolida un mercado objetivo.

Finalmente, la empresa al ver que ya existe un mercado en el otro país, surge la decisión de invertir en infraestructura y llevar el proceso de producción a tierras extranjeras, en vez de seguir exportando desde la casa matriz y es aquí donde entran las diferencias de costos porque puede que en el extranjero los costos de producción sean mucho menores que en el país de origen, haciendo muy atractiva dicha decisión, derivando en que en un plazo razonable se pueda

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

recuperar lo invertido en dicha expansión de la empresa. En otras palabras, esto se reduce a lo que se conoce como Inversión Extranjera Directa (Dunning, 1993). Para que la IED se dé, se tienen que tener en cuenta dos condiciones necesarias (Buckley y Casson, 1976):

- Que hayan posibles ventajas en la realización de actividades de producción que la empresa pueda aprovechar para localizarse en el mercado extranjero, es decir en otro país.
- Que la realización de estas actividades de producción sean más eficientes por parte de la empresa en el exterior que seguir exportando, es decir, invertir en infraestructura en el otro país.

Dado que nos interesa saber acerca de las PYMES colombianas, hay que resaltar que estas pequeñas empresas son en su gran mayoría empresas familiares.

En principio, las empresas familiares no parecen muy proclives a crecer, y menos en los mercados internacionales. La falta de recursos financieros, la inflexibilidad y resistencia al cambio de los líderes familiares, la diferencia de objetivos, valores y necesidades entre empresa y familia, junto con los conflictos entre los sucesores, destacan entre las razones que explican el limitado crecimiento de estas empresas (Ward, 1998)

De manera general se puede reconocer esta dificultad de internacionalizarse a dos factores relevantes. Primero, a la conducta conservadora de las empresas familiares, y en segundo lugar, a la carencia de recursos de estas empresas.

No obstante, también existen factores que favorecen la internacionalización de estas empresas. La primera consiste en la incorporación de nuevas generaciones a la dirección, ya que están mejor preparados académicamente y son un poco menos aversas al riesgo. En cuanto a la carencia de recursos, las empresas familiares tratan de obtenerlos de afuera, como hacen muchas PYMES que han establecido alianzas estratégicas preferentemente con empresas del país de destino (Welch, 1992; Kohn, 1997; Keeble et al., 1998). En paralelo, algunas empresas

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

familiares optan por dar entrada en su capital a otras empresas, lo que también podría tener repercusiones sobre los recursos a su disposición.

La posesión de recursos y capacidades estratégicas son claves para la internacionalización de la empresa, si esta ventaja puede aprovecharse desde el país de origen, la empresa exportará; en caso contrario la ventaja deberá explotarse en el país de destino. Es decir, que sólo la empresa que posea recursos y capacidades (como tecnologías, marcas, etc.) que le proporcionen una ventaja competitiva en su país puede plantearse la posibilidad de explotarlos en el exterior.

Se evidencia una relación negativa entre propiedad familiar e internacionalización medida a través de la actividad exportadora.

1.4 Análisis de las Relaciones entre las Variables

Para objeto de estudio de la presente investigación, las variables previamente descritas serán estudiadas a profundidad, así como relaciones existentes entre éstas. Con este fin, las variables estudiadas serán el Aprendizaje Organizacional (AO), la Flexibilidad Estratégica (FE), la Capacidad para Competir Internacionalmente (CCI), y por último, el Grado de Internacionalización (GI).

Las tres primeras actuarán como variables independientes en nuestro estudio, en la medida en que generan cierto impacto o tienen cierta influencia sobre la última variable, Grado de Internacionalización, la cual asumirá el rol de variable dependiente. El impacto o influencia que pueden llegar a generar las tres variables independientes AO, FE y CCI sobre la variable dependiente GI, es lo que se pretende medir en esta investigación.

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

De esta manera, una vez concluida la investigación, se espera poder afirmar con certeza que no sólo existe una correlación entre cada una de las variables independientes y la variable dependiente, sino también una causalidad, es decir, que la correlación existente entre las variables es positiva. Esto se establece dado que tanto el Aprendizaje Organizacional, como la Flexibilidad Estratégica y la Capacidad para Competir Internacionalmente constituyen poderosos activos intangibles que pueden llegar a ser desarrollados por una empresa u organización y que pueden hacer una gran diferencia en el momento de involucrarse en negocios internacionales con mercados extranjeros mediante un proceso de internacionalización.

2. Planteamiento de Hipótesis, Problema de Investigación y Metodología

2.1.Descripción del Problema de Investigación y Planteamiento de Hipótesis

En el presente trabajo se realizara una investigación científica, la cual es una clase de investigación que es tanto social como científica (Roberto Hernández, 2000). Para ser más exactos, la presenta investigación tiene como objetivo determinar cuáles son los factores o variables importantes que influyen en la internacionalización de las empresas colombianas, en especial en el caso de las PYME. Al mismo tiempo busca dar respuesta a la pregunta sobre cuál es el grado de correlación entre las variables estudiadas y la Internacionalización. Finalmente, se busca justificar la investigación y su viabilidad.

De este modo, gracias a una ardua revisión de la literatura, se logra consultar, extraer y recopilar información de interés que nos fue de gran apoyo en la construcción tanto del marco teórico como del modelo, los cuales nos servirán como base para responder a las hipótesis y preguntas que se presentaran en esta investigación.

Es así como una vez realizada la revisión de la literatura, la cual demuestra que la investigación vale la pena y que se debe llevar a cabo, el siguiente paso consistie en elegir el tipo de estudio que efectuaremos. Los autores clasifican los tipos de investigación en cuatro: estudios exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos o experimentales (Roberto Hernández, 2000).

En este trabajo se realizará un estudio explicativo, el cual va mas allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

éste, así como determinar la causa de que dos o más variables están relacionadas. Sin embargo, esta investigación tendrá a su vez un tinte de investigación correlacional, ya que este tipo de estudio tiene como propósito medir el grado de relación que existía entre dos o más conceptos o variables.

Una vez definido el tipo de investigación se presentará el modelo de la misma, además de las hipótesis, las cuales indican lo que estamos buscando o tratando de probar y pueden definirse como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Por otra parte, dentro de la investigación científica las hipótesis son proposiciones tentativas acerca de las relaciones entre dos o más variables y se apoyan en conocimientos organizados y sistematizados (Roberto Hernández, 2000).

Las hipótesis que resultaron del análisis de las relaciones entre las variables fueron tres, y cada una de ellas establece la relación que a priori se presume que existe entre cada una de las variables independientes Aprendizaje Organizacional (AO), Flexibilidad Estratégica (FE) y Capacidad para Competir Internacionalmente (CCI) y la variable independiente Grado de Internacionalización (GI). Por este motivo se puede establecer que las hipótesis de nuestra investigación consisten en hipótesis correlacionales, las cuales especifican las relaciones entre dos o más variables y corresponden a los estudios correlacionales, como la presente investigación. Adicional a esto, las hipótesis correlacionales no sólo pueden establecer que dos o más variables se encuentran vinculadas, sino también cómo están asociadas, alcanzando el nivel predictivo y parcialmente explicativo. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) De esta manera, se pretende establecer mediante estas pruebas de hipótesis, que existe cierto grado de causalidad o de correlación positiva entre las tres variables independientes y la variable dependiente en estudio.

Las hipótesis de nuestra investigación surgen a partir del siguiente diagrama que fue construido con el objetivo de representar las relaciones existentes entre las cuatro variables. Cada una de las hipótesis busca probar el efecto que tiene cada una de las variables AO, FE y CCI sobre GI.

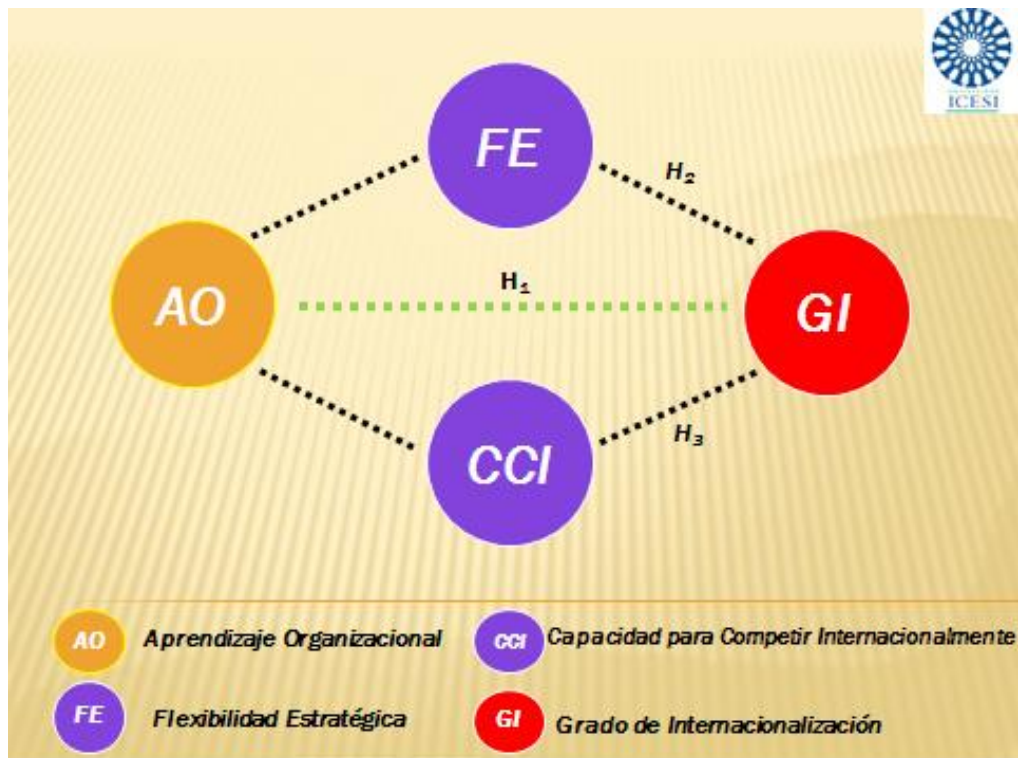


Figura 1. Diagrama de Relaciones entre Variables

Las hipótesis presentadas en el diagrama, y que de hecho surgen a partir del mismo, son las siguientes:

H₁: A mayor grado de *aprendizaje organizacional*, mayor el *grado de internacionalización* que alcanzan las empresas.

H₂: Existe una relación entre la *flexibilidad estratégica* y el *grado de internacionalización*.

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

H₃: Existe una relación entre la *capacidad para competir internacionalmente*, y el *grado de internacionalización*.

Es importante resaltar que para cada una de estas hipótesis existe una hipótesis nula H₀, las cuales consisten en proposiciones que niegan o refutan la relación entre las variables, y por este motivo, son en cierto modo el reverso de las hipótesis de investigación. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

Las hipótesis nulas para H₁, H₂ y H₃ serían entonces las siguientes:

Para H₁:

H₀: No existe relación entre el *aprendizaje organizacional* y el *grado de internacionalización* de las empresas.

Para H₂:

H₀: No existe relación entre la *flexibilidad estratégica* y el *grado de internacionalización* de las empresas.

Para H₃:

H₀: No existe relación entre la *capacidad para competir internacionalmente* y el *grado de internacionalización* de las empresas.

Como se puede observar, las hipótesis nulas establecen que *no* existen relación alguna entre cada una de las variables independientes y el Grado de Internacionalización, negando así la relación de causalidad entre las variables en todas sus formas. Las H₀ serán las hipótesis *Rechazadas* o *No Rechazadas* según los resultados que arroje el estudio una vez se concluya todo el proceso de la metodología de la investigación.

2.2 Análisis de Regresión Múltiple

El modelo sobre el cual se apoyará nuestra investigación consiste en un modelo econométrico de regresión lineal múltiple con tres regresores o variables explicativas, las cuales consisten en las variables independientes Aprendizaje Organizacional (AO), Flexibilidad Estratégica (FE) y Capacidad para Competir Internacionalmente (CCI). Estas variables se denominan regresores o variables explicativas dado que determinan la variable dependiente Grado de Internacionalización (GI) al ejercer un impacto directo sobre ella. La función de regresión poblacional sobre la cual se construye nuestro modelo de regresión múltiple es la siguiente:

$$GI_i = \beta_0 + \beta_1 AO_i + \beta_2 FE_i + \beta_3 CCI_i + \varepsilon_i$$

Ecuación 1. Función de Regresión Poblacional

Donde GI_i , corresponde al grado de internacionalización de la empresa, AO_i , representa el grado de aprendizaje organizacional alcanzado por la empresa, FE_i , corresponde el grado de flexibilidad estratégica alcanzado por la empresa y CCI_i es el grado de competitividad internacional alcanzado por la empresa. El coeficiente β_0 es el intercepto, término independiente o término constante, el cual corresponde al valor esperado de GI cuando AO, FE y CCI son iguales a cero; el coeficiente β_1 es el coeficiente de la pendiente de la variable AO, o más sencillamente, el coeficiente de AO; el coeficiente β_2 es el coeficiente de FE y, por último, el coeficiente β_3 es el coeficiente de CCI. β_1 , β_2 , y β_3 equivalen al efecto sobre GI de la variación en una unidad de cada una de las variables independientes, manteniendo constantes las otras dos. La variable ε_i corresponde al término de error de la regresión, en el cual se recogen todos los

demás factores que, además de AO, FE y CCI, determinan el valor de GI, para una observación concreta i . (Stock & Watson, 2010) El subíndice i indica que los datos son de corte transversal, lo cual se evidencia al realizar las encuestas sobre determinado número de empresas en un momento de tiempo determinado. En este caso, i equivaldría a $i=1, \dots, n$, en donde n es el tamaño de la muestra y para esta investigación se calcula en 450 empresas aproximadamente.

Dado que el tamaño de la muestra es bastante elevado para concluir la investigación en un semestre, este número de empresas no ha sido aún contactado, por lo que el modelo econométrico de regresión lineal múltiple queda pendiente para ser corrido y evaluado posteriormente por investigadores que retomen esta investigación y que puedan concluir la metodología de la misma. No obstante, se recomienda proceder con la realización de un Análisis Factorial Confirmatorio, el cual proporcionará una aproximación de los resultados que arrojará el estudio y así tener una idea tanto de los resultados como de las conclusiones de la investigación, a pesar de que la muestra no haya sido aún completada.

2.3 Análisis Factorial Confirmatorio

Entre los procedimientos o técnicas estadísticas utilizados para la contrastación de la validez de constructo destaca en mayor medida el Análisis Factorial En general, se puede decir que ésta es la técnica por excelencia utilizada para la validación de alguna construcción teórica (Pérez-Gil, Chacón Moscoso, & Moreno Rodríguez, 2000); en este caso, nuestra construcción teórica consiste en las hipótesis de nuestra investigación.

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

Conceptualmente, el Análisis Factorial presenta dos tipos o modalidades diferentes: Análisis Factorial Exploratorio (EFA) y Análisis Factorial Confirmatorio (CFA). Las diferencias entre ambas son numerosas, tanto desde una perspectiva teórica como matemática. La diferencia más importante está referida a que CFA se conduce principalmente por teorías sustantivas y por expectativas, mientras que EFA, como su nombre implica, principalmente es una técnica que, basada en los datos, intenta descubrir la estructura subyacente que éstos poseen (Bollen, 1989).

En general, podemos establecer que ambos tipos de procedimiento se corresponden con las dos grandes aproximaciones que se suelen llevar a cabo para la definición de los constructos: la aproximación inductiva o exploratoria y la deductiva o confirmatoria.

En los procedimientos del Análisis Factorial Confirmatorio se comienza con un modelo teóricamente plausible asumido para describir y/o explicar los datos empíricos. La construcción del modelo está basada sobre una información a priori sobre la naturaleza de la estructura de los datos, o bien en una teoría sustantiva en el campo de trabajo del que se trate. El procedimiento permite una valoración de la correspondencia de semejanza entre las características del concepto planteado y los datos obtenidos sobre dicho concepto a través de sus indicadores, es decir, evaluar la correspondencia teórica entre el constructo y el dato (Schmitt, 1995) y hacer inferencias sobre los constructos delimitados a partir de las muestras particulares de indicadores. En este sentido CFA se ajusta a los criterios señalados por Messick (1995) respecto a la validez de constructo y, por tanto, se considera que CFA permite una aproximación fuerte a la definición y/o validación de un constructo. (Pérez-Gil, Chacón Moscoso, & Moreno Rodríguez, 2000)

Conclusiones Parciales y Recomendaciones

Dado que la investigación no ha sido aún concluida, por el tamaño de la muestra aún a completar, las conclusiones que se presentarán en esta instancia son conclusiones parciales a las cuales se ha llegado por el momento, junto con una serie de recomendaciones que se consideran pertinentes para que la investigación sea finalizada con éxito.

En primer lugar, logramos percibir que las empresas PYME tienden a no ajustarse al perfil de las empresas multinacionales tradicionales, dada la menor disponibilidad de recursos tanto humanos como financieros y de capital. Como resultado, las complejidades de un proceso de internacionalización se evidencian más en el caso de las PYME, quienes deben afrontar un reto mucho mayor.

Por otra parte, en un proceso de internacionalización, el conocimiento y las competencias particulares de la organización proporcionan ventajas sustanciales que facilitan la entrada a mercados internacionales y su permanencia en ellos. Es por esta razón que a lo largo de toda la investigación se hizo hincapié en las tres variables independientes Aprendizaje Organizacional, Flexibilidad Estratégica y Capacidad para Competir Internacionalmente, que determinan nuestra variable dependiente Grado de Internacionalización. Son estas variables las principales fortalezas que puede llegar a desarrollar una empresa y que le garantizarán un proceso de internacionalización exitoso y efectivo. Para que una empresa se internacionalice es importante que los trabajadores aprendan a conocerla y reconocer el reto inminente que implica enfrentarse y competir en un ambiente cambiante.

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

Consideramos importante que se efectivamente se realice el Análisis de Regresión Múltiple, pues de ahí se pueden extraer conclusiones importantes, como por ejemplo la proporción exacta en la cual las variaciones en cada una de las variables independientes explican la variación en la variable dependiente. También se puede conocer si el modelo está o no bien diseñado, lo cual es una herramienta útil para realizar ajustes y modificaciones necesarias en la metodología de la investigación. Por último, si se desean conocer los resultados a los cuales se puede llegar por el momento con el número de empresas encuestadas, se recomienda el uso del Análisis Factorial Confirmatorio, para así poder tener conocimiento de qué tan acertados son los constructos que se han planteado en la investigación.

Bibliografía

- Zaffora, J. (2013 йил 3-Julio). Retrieved 2014 йил Mayo from <http://suite101.net/article/el-modelo-de-internacionalizacion-de-uppsala-teoria-gradualista-a48035>
- ANIF, A. N. (2013). *La gran encuesta PyMe*. Colombia: Camara de Comercio de Bogota.
- Anna Mette Fuglseth, K. G. (2003). *A Tool Kit for Measurement of Organisational Learning*. Journal of Universal Computer Science.
- Argote, L. (2011). *Organizational learning research: Past, present and future*.
- Armario, u. M., Ruiz, D. M., & Armario, E. M. (2008). *Market Orientation and Internationalization in Small and Medium-Sized Enterprises*. Journal of Small Business Management .
- Combe, I. A., & Greenley, G. E. (2004). *Capabilities for strategic flexibility: a cognitive content framework*. European Journal of Marketing.
- Crossan, M. M., & Berdrow, I. (2003). *ORGANIZATIONAL LEARNING AND STRATEGIC RENEWAL*. Strategic Management Journal.
- EIPaís. (2010 йил 26-October). *Comunidad El País*. Retrieved 2014 йил 5-Mayo from ¿Qué es la Glocalización?: lacomunidad.elpais.com/tribulaciones/2010/10/26/-que-es-glocalizacion
- Etchebarne, M. S., & Geldres, V. V. (2004). *EL IMPACTO DE LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA EN EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE LA FIRMA* .
- Fernández, Z., & Nieto, M. J. (2003). *INTERNATIONALIZATION STRATEGY OF SMALL- AND MEDIUM-SIZED FAMILY BUSINESSES: SOME INFLUENTIAL FACTORS* . Madrid: Universidad Carlos III.

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

Fernández, Z., & Nieto, M. J. (2002). *LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA FAMILIAR*. Madrid: Universidad Carlos III.

Fiol, C. M., & Lyles, M. A. (1985). *Organizational Learning*. Academy of Management.

Ganotakis, P., & Love, J. H. (2012). *Export propensity, export intensity and firm performance: The role of the entrepreneurial founding team*. Journal of International Business Studies .

George, G., Wiklund, J., & Zahra, S. A. (2010). *Ownership and the Internationalization of Small Firms*. SAGE Publications.

Hassan Danial Aslam, T. J. (2011). *A JOURNEY FROM INDIVIDUAL TO ORGANIZATIONAL LEARNING*. PAKISTAN: The Islamia University of Bahawalpur.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.

James M. Sinkula, W. E. (1997). *A Framework for Market-Based Organizational Learning: Linking Values, Knowledge, and Behavior* . University of Vermont : Journal of the Academy of Marketing Science.

Jones, O. *Organisational learning and strategic renewal in owner-managed SMEs: institutionalizing network knowledge* .

Kim, G. A. (2009). *International business competence and the contemporary firm*. Journal of International Business Studies.

Knight, G. A., & Kim, D. (2009). *International business competence and the contemporary firm*. Tallahassee: Journal of International Business Studies.

Lu, J. W., & Beamish, P. W. (2001). *The Internationalization and Performance of SMEs*. Strategic Management Journal.

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

Lan, Q., & Wu, S. (2009). *An empirical study of entrepreneurial orientation and degree of internationalization of small and medium-sized Chinese manufacturing enterprises*. Journal of Chinese Entrepreneurship.

Learning, O. (2012). *Barbara Levitt and James G. March*. Annual Review of Sociology.

Li, Y., Su, Z., Liu, Y., & Li, M. (2011). *Fast adaptation, strategic flexibility and entrepreneurial roles*. Emerald Group Publishing Limited.

Linda Argote, E. M.-S. (2011). *Organizational Learning: From Experience to Knowledge*.

Nance, J. J., & Young, R. B. (2005). *Market orientation, strategic flexibility, and performance: implications for services providers*. Emerald Group Publishing Limited.

Mary M. Crossan, H. W. (2008). *An Organizational Learning Framework: From Intuition to Institution*. Academy of Management.

Mary M. Crossan, H. W. (2011). *An Organizational Learning Framework: From Intuition to Institution*. Academy of Management.

Martinez Leon, R. M. Aprendizaje Organizacional en PyMes . *XI Congreso Nacional de ACEDE*, (p. 22).

Pangarkar, N. (2008). *Internationalization and performance of small- and medium-sized enterprises*. Journal of World Business .

Pérez-Gil, J. A., Chacón Moscoso, S., & Moreno Rodríguez, R. (2000). *Validez de constructo: el uso de análisis factorial exploratorio-confirmatorio para obtener evidencias de validez*. Universidad de Sevilla .

Safón-Cano, V., & Perfeito, J. (2006). *LA FLEXIBILIDAD EN LA PEQUEÑA EMPRESA: UN ESTUDIO RESPECTO AL DESARROLLO DE UN CONCEPTO OPERATIVO YCUANTITATIVO*. Blumenau: Revista de Negócios.

Competitividad entre Empresas (Aprendizaje e Internacionalización)

Sanchez, R. (2004). *Creating Modular Platforms for Strategic Flexibility*. Design Management Review.

Stock, J. H., & Watson, M. W. (2010). *Introduction to Econometrics (3rd Edition)*. Addison-Wesley Series in Economics.

Stockport, N. R. (2009). *Defining Strategic Flexibility*. Australia: Global Journal of Flexible Systems Management.

Roberto Hernández, C. F. (2000). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill .

Roberts, N., & Stockport, G. J. (2009). *Defining Strategic Flexibility*. Western Australia: Global Journal of Flexible Systems Management.