

Gestión del Conocimiento y Redes de Negocios para la Internacionalización, perspectivas ante el Covid 19

Knowledge Management and Business Networks for Internationalization, perspectives on Covid 19

Nombre y Apellidos: Clemente Moreira Basurto

Afiliación: Universidad de Guayaquil

Código ORCID: 0000-0003-0039-7258

Email: clementealadino@gmail.com

Nombre y Apellidos: Deborah Pérez Morfi

Afiliación: Universidad de La Habana

Código ORCID: 0000.0003-1763-5865

Email: deborahperezmorfi@gmail.com

RESUMEN

El propósito del presente trabajo es profundizar respecto al estado del arte de la teoría de la internacionalización haciendo énfasis en su vínculo con las redes de negocios y la gestión del conocimiento, considerando también las perspectivas del comercio internacional de América Latina y el Caribe ante el Covid 19, en aras de sentar las bases para estudios posteriores en aras de sentar las bases para estudios posteriores sobre este tema. En el proceso de investigación fueron consultados cuarenta y dos artículos científicos que incluyen los autores clásicos y los más modernos que han escrito sobre el tema. Se aplica un conjunto de métodos empíricos entre los que se encuentran: el análisis documental y la observación directa. Entre las principales conclusiones del trabajo se destacan al comparar la escuela Uppsala y el Modelo de Redes de Negocios, que los principales avances indican que el conocimiento y aprendizaje de la empresa no solo se genera por el paso del tiempo sino también por la interrelación con los diferentes grupos de interés, conocimiento que permite identificar y aprovechar las oportunidades de mercados.

Palabras Claves: educación de calidad, gestión del conocimiento, internacionalización de empresa, perspectivas ante el Covid 19, redes de negocios

ABSTRACT

The purpose of this work is to deepen the state of the art of internationalization theory, emphasizing its link with business networks and knowledge management, also considering the perspectives of international trade in Latin America and the Caribbean in the face of Covid-19, in order to lay the foundations for further studies on this subject. In this research process forty two scientific articles were consulted, including classical and modern authors who have written on the subject. A set of empirical methods is applied, among which are documentary analysis and direct observation. Among the main conclusions of this work that stand out when comparing the Uppsala school and the Business Network Model, is that the main advances indicate that the knowledge and learning of the company is not only generated over time but also by the interrelation with the different stakeholders, knowledge that allows identifying and taking advantage of market opportunities.

Key Words: *quality education, knowledge management, internationalization of companies, perspectives on Covid 19, business networks*

Códigos JEL: M16, D80, D83, O19

INTRODUCCIÓN

La internacionalización es considerada como una estrategia empresarial y se utiliza para designar la capacidad que alcanza una empresa de poder comercializar sus productos o localizarse en otro país. Permite el acceso a otros mercados, lo que abre nuevas posibilidades al crecimiento económico e intensifica el proceso de intercambio de cualquier tipo de bien entre diferentes países.

Mediante este proceso a nivel internacional se producen nuevas relaciones, surgen flujos de información, personas, capitales y mercancías. Se identifica como una oportunidad para maximizar los ingresos al expandirse hacia otras áreas geográficas donde pueden encontrarse oportunidades de negocio.

Las empresas están presionadas a trazarse este camino como un reto y oportunidad para que sean más competitivas y crezcan, en tanto sus productos y marcas son más confiables. El objetivo del presente artículo es profundizar respecto al estado del arte de la internacionalización en aras de sentar las bases para estudios posteriores sobre este tema haciendo énfasis en su vínculo con las redes de negocios y la gestión del conocimiento considerando también las perspectivas del comercio internacional de América Latina y el Caribe ante el Covid 19.

Entre los aspectos que interesan y que son tratados en este trabajo se pueden enumerar el tratamiento de la internacionalización desde tres perspectivas: a) económica, b) procesos y c) redes. También se aborda la relación que existe entre internacionalización y gestión del conocimiento, una vez que este proceso tiene lugar en la Sociedad del Conocimiento¹, caracterizada por ser este elemento el que cobra mayor importancia en la generación de valor.

La rápida propagación del COVID-19 y las medidas adoptadas por los gobiernos, unidas a un contexto de debilitamiento del comercio mundial que se arrastra desde la crisis financiera mundial de 2008-2009² (de la Luz Juárez, Sánchez Daza & Zurita González, 2015), han tenido graves consecuencias en las principales economías mundiales, siendo la región de América Latina y el Caribe gravemente afectada, por lo que se incorpora el análisis de las perspectivas de la internacionalización.

El resultado de investigación que se presenta es fruto de una intensa revisión bibliográfica y de la aplicación de un conjunto de métodos empíricos entre los que se encuentran: el análisis documental y la observación directa. Además, se hizo uso del gestor bibliográfico Endnote, siguiendo la norma APA, para la presentación de las referencias.

DESARROLLO

INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS

La internacionalización de empresas es el resultado de la adopción de una serie de estrategias que consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del

¹ La Sociedad del Conocimiento se refiere a la creación de capacidades estables para construir y aplicar el conocimiento para el desarrollo humano y ello, a su vez, se basa en las capacidades para identificar, producir, procesar, transformar, diseminar y usar información (UNESCO, 2005).

² La Crisis Financiera Global de 2008 se desata por el colapso de la burbuja inmobiliaria en los Estados Unidos en el año 2006. Su repercusión se manifiesta gravemente a partir del 2008 contagiándose primeramente al sistema financiero estadounidense y después al internacional. Entre sus consecuencias se pueden mencionar: una profunda crisis de liquidez y otros fenómenos como crisis alimentaria global y diferentes derrumbes bursátiles que determinaron una Gran Recesión.

entorno (Araya, 2009). La internacionalización, sin importar el sector, es un proceso complejo en el que interactúan las estrategias internas de la empresa y las del contexto donde se desarrolla.

La dinámica y la complejidad del cambio del entorno así como las características particulares de las empresas y sus modelos de negocios genera la dificultad para poder generalizar las motivaciones y los procesos de internacionalización. Según la revisión de la literatura, la internacionalización es uno de los temas más investigados en la administración por medio de una serie de trabajos con diversos enfoques que buscan responder: (a) ¿por qué se internacionaliza una empresa?, (b) ¿cuál es el proceso para llevarlo a cabo?, ¿cómo se internacionaliza? y (c) ¿dónde puede localizar sus actividades en el exterior? (Galán, Gallende, & González, 2000).

La revisión de la literatura muestra que en estudios sobre países, sectores y empresas, no existe un patrón determinado de internacionalización tanto en procesos, intensidad y aceleración. La internacionalización de una empresa depende de motivaciones, capacidades que se desarrollan en un entorno muy particular, según lo investigado, la mayoría de los estudios que analizan el proceso de internacionalización realizan análisis de casos en donde se busca profundidad antes que generalización hacia poblaciones mayores (Arechavala, 2008).

La internacionalización de las empresas en los últimos años ha sido estudiado bajo tres perspectivas teóricas: a) económica, b) proceso y c) redes. Los diversos estudios sobre los factores de internacionalización se centran en el uso de variables definitorias de distintos aspectos de la internacionalización desde el punto de vista de inversión directa en el exterior, exportaciones y de internacionalización de la tecnología encontrando que la variable esfuerzo innovador, como capacidad organizacional y el tamaño de la empresa es común en los tres enfoques (Fonfría, 2000).

Los diferentes enfoque teóricos parten de dos tipos de modelos: a) estático y b) dinámico. La diferencia entre estos dos tipos de modelos radica en que en los modelos estáticos la internacionalización se analiza desde las características de contexto y de la empresa en un único momento, mientras que en el dinámico la internacionalización es analizada como un proceso de acumulación de experiencia y conocimiento.

Con respecto a su fundamentación teórica y el planteamiento de supuestos, se presentan a continuación tres tipos de modelos que buscan analizar la internacionalización de empresas. En primer lugar, los modelos que analizan a la internacionalización desde una perspectiva económica, en donde se engloban las diferentes teorías que describen a la internacionalización basado en análisis de costes y de ventajas (Dunning, 1988). En segundo lugar, se enfoca el análisis desde una perspectiva de proceso, considerando el compromiso incremental de recursos y el aumento del aprendizaje sobre los mercados exteriores (Johanson & Vahlne, 1977). En tercer lugar, se presenta

la revisión de la Teoría de Redes que desarrolla nuevas ideas que analizan el proceso de internacionalización como un desarrollo lógico de las redes intra-organizativas y sociales de la empresa (Trujillo, Rodríguez, Guzmán, & Becerra, 2006).

Internacionalización desde una perspectiva económica

La teoría evolutiva critica el enfoque normativo y económico de los negocios internacionales de inicios de la década de los setenta, en el cual la internacionalización de una empresa estaba determinada por los costos, características de mercados y recursos disponibles. A partir del estudio de empresas suecas (Johanson Johanson & Wiedersheim, 1975) se determina que es común que las empresas inicien sus actividades de internacionalización exportando y luego a partir del conocimiento y experiencia adquirida comprometan mayores recursos en los mercados internacionales. De esta manera, la internacionalización de las empresas es un proceso secuencial y dinámico de conocimiento y de compromiso de recursos. El compromiso se refiere a inversiones que no son fácilmente liquidables con lo cual el riesgo puede reducirse únicamente con el conocimiento de los mercados.

Por otro lado, el modelo de (Johanson & Vahlne, 1977) establece que normalmente el proceso de internacionalización se inicia en mercados cercanos desde el punto de vista psicológico. Los supuestos básicos en los cuales se construye este modelo radica en que las empresas cambian por el aprendizaje de su experiencia en las operaciones en mercados internacionales y que los cambios en las decisiones de compromisos generan una mayor posición en los mercados internacionales.

Según este modelo, el conocimiento se construye a partir de la experiencia de la empresa y que ese conocimiento influye en el proceso de internacionalización y las decisiones de compromiso de recursos. La crítica sobre lo anterior está en que el modelo no especifica la forma como aumenta o disminuye dicho compromiso. Es más el modelo evolutivo original asume que el compromiso es creciente a lo largo del tiempo.

Pese a que el modelo gradualista de la escuela Uppsala ha sido el más utilizado como marco de referencia en trabajos que analizan la internacionalización de empresas, no ha estado alejado al mismo tiempo de un sin número de críticas por su simplismo y por ser considerado muy determinístico. Entre los principales críticos está (Andersen, 1993), que sugiere que el modelo gradualista muestra debilidades por la incapacidad a la hora de revelar las razones que inducen a responsables de la internacionalización de la organización a tomar ciertas decisiones. Por otro lado, se critica que en el modelo original, sus conclusiones partan del análisis sobre empresas suecas en un momento en donde las variables del macroentorno no se asemejan a las actuales.

(Andersen, 1993) realiza un trabajo empírico donde evalúa los modelos Uppsala y el Modelo de Innovación relacionado a la internacionalización concluyendo que en el modelo Uppsala, la relación del conocimiento del mercado y el proceso de internacionalización resulta ser tautológica. Pese a las críticas al modelo evolutivo, se sugiere que este modelo evolutivo es el menos restrictivo en el análisis de tiempo y espacio y para (Andersen, 1993) este modelo tiene el mayor poder de generalización ya que es aplicable en diferentes tipos de empresas y sectores dado su alto nivel de abstracción y simplicidad.

Internacionalización desde el enfoque de proceso

En este acápite se agrupan las teorías que consideran la internacionalización como mecanismo de compromiso incremental de aprendizaje basado en la acumulación de conocimientos (como resultado de la experiencia y la experimentación), así como en el incremento de los recursos comprometidos en el exterior. Incluye cómo y por qué empresas estrictamente nacionales llegan a convertirse en empresas internacionales, abarcando incluso los distintos pasos para llegar a un proceso de internacionalización superior.

La internacionalización de las empresas ha sido investigada con propósitos académicos convirtiéndose en uno de los temas más analizados en la administración de empresas. Entre los **modelos de enfoque dinámico** está el modelo gradualista de la Escuela Uppsala propuesto por (Johanson & Vahlne, 1977), que constituye el marco general de referencia sobre el que se fundamenta un amplio número de intentos empíricos. Como hipótesis principal, el modelo gradualista postula que las empresas comienzan sus operaciones de internacionalización cuando su tamaño todavía es reducido, pero se expanden siguiendo las pautas de una estrategia de crecimiento empresarial hacia mercados que sean considerados psicológicamente más próximos.

En dependencia del autor, el modelo describe de forma general cuatro etapas que constituyen la cadena de establecimiento: las actividades esporádicas o no regulares de exportación, la exportación a través de representantes independientes, el establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero y por último el establecimiento de unidades productivas en el país extranjero.

En términos generales, **el modelo evolutivo**, desde el punto de vista académico ha sido criticado por su supuesto simplismo y porque sus variables de análisis no toman en cuenta los cambios en el entorno actual como la globalización, el desarrollo de las tecnologías de comunicación, cambios de regulación entre otros. Por otro lado, el modelo evolutivo original, no incluye los cambios en los factores organizaciones y modelos de negocios actuales, los cuales para los mismos autores constituyen aspectos más críticos que los de entorno en sus artículos recientemente publicados.

Otros autores sostienen que los modelos de crecimiento y la velocidad de cambio de las nuevas empresas exitosas varía 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 & Bae, 2004).

Redes de Negocios e Internacionalización

Como se ha mencionado con anterioridad los cambios en el entorno del mercado han generado críticas y ampliaciones al modelo evolutivo original de la escuela Uppsala. Entre las actualizaciones más relevantes se aprecia la de (Coviello & Munro, 1995) por medio de estudios empíricos incluye en el modelo evolutivo el enfoque de las redes en donde se determina el impacto de las relaciones en redes en la selección y en la forma de entrada en mercados internacionales. Específicamente, la teoría de redes ha sido incluida en el estudio de estrategias de internacionalización, la localización de la inversión extranjera directa, el primer destino geográfico de la internacioanalización, la aceleración en la internacionalización y la internacionalización de empresas de mercados emergentes (Johanson & Vahlne, 2009).

De acuerdo con el enfoque de redes, la entrada en mercados internacionales surge de la interacción entre la red externa y la empresa, y la posibilidad de explotar oportunidades empresariales estarán limitadas por la calidad de la información que aporta cada miembro a la red. El desarrollo de las redes requiere tiempo y los beneficios se incrementan con la experiencia.

Con respeto al manejo del conocimiento y la construcción de la confianza, la interacción continua genera una fuerte relación e interdependencia que se puede traducir en un aumento en la productividad. Para (Johanson & Vahlne, 2003), la internacionalización exitosa requiere un compromiso recíproco entre la firma y sus contrapartes que se logra con el tiempo. Por lo que se sugiere que cuando una empresa doméstica y otra en algún mercado internacional, están comprometidas mutuamente en el crecimiento de la firma, no solo aprenden una de la otra sino que creen un conocimiento a partir de esa interacción generando capital de conocimiento compartido.

Para (Andersson, Helander, & Karlsson, 2009) las diferentes formas de redes de relación para entrar en mercados internacionales se pueden clasificar en formales e informales. La diferencia radica en que una red de relación formal involucra las actividades de negocios entre dos o más empresas dentro de una red, mientras que una red informal esta relacionada con amigos y familiares. (Coviello & Munro, 1997), concluye que la tipología formal o informal de redes de relación influyen en la elección del mercado y en el modo de introducción en mercados internacionales para pequeñas empresas de software.

Comúnmente las redes de relación se las asocia con las primeras etapas en el proceso de internacionalización pero para (Andersson, Helander & Karlsson, 2009), el impacto de las redes de relación pueden ser mayores en el proceso de consolidación de posiciones en mercados internacionales.

La firma requiere para el logro de su interacción exitosa que se establezca una o más redes al mismo tiempo. En el modelo revisado de (Johanson & Vahlne, 2009), se diferencia la posición e importancia de la firma en las redes. Esta posición se ve relacionada directamente en el aprendizaje, la confianza de la organización y la posibilidad de explotar alguna oportunidad.

Por otro lado, se ha analizado la influencia del tamaño de las empresas en las redes de negocios e internacionalización, generando diversos resultados (Andersson, Helander & Karlsson, 2009). En los últimos años se han publicado estudios con propósitos prácticos y académicos profundizando en la internacionalización en empresas medianas y pequeñas dada su importancia en las economías de mercados emergentes (Santiso, 2008). Por otro lado, en un estudio en donde se analizaron 443 empresas en Nueva Zelanda, (Darroch & McNaughton, 2002) concluyeron que en firmas con menor número de trabajadores no tienen la misma necesidad de administración de conocimiento comparado con las empresas más grandes.

Una de las críticas del modelo evolutivo original de Uppsala es que no logra explicar el desarrollo de empresas que nacen globales, pero según lo revisado estos estudios se caracterizan por el análisis de casos de empresas tecnológicas (Behrouz, Nasseri & Tajeddin, 2011). La importancia de tener una posición en una red parecería ser más relevante en empresas tecnológicas que empresas industriales y comerciales.

El concepto de distancia psicológica que propone (Johanson & Vahlne, 1977) no es aplicable necesariamente a las empresas del sector tecnológico ya que la forma de la interacción normalmente se busca en la cooperación. Lo anterior es validado por el trabajo de (Behrouz, Nasseri & Tajeddin, 2011) que presta especial atención en el concepto del conocimiento de la empresas por medio de un análisis de casos múltiples aplicados a administradores de empresas pequeñas y medianas de tecnología en Irán, concluyendo que estas empresas siguen un proceso born global de internacioanlización basado en la aplicación de modelos de redes de megocios.

La construcción de las redes no siempre termina siendo exitosa, por lo que su importancia en algunos estudios se limita a los primeros pasos del proceso de internacionalización. Las relaciones entre empresas tienen diversas dimensiones: técnica, legal, económica y humanas. Cómo se desarrolla la relación depende de factores organizaciones en donde las personas están involucradas.

Como se ha mencionado, la interacción entre las partes promueve la construcción de conocimiento y esta a su vez identifica oportunidades de mercado que otros no ven. (Johanson & Vahlne, 2009), sugiere que la oportunidad de desarrollo en un mercado internacional está positivamente relacionada con el compromiso mutuo de las empresas en el mercado. Por otro lado, también sugiere que la oportunidad de desarrollo en un mercado está positivamente relacionada al arraigo de los socios internacionales en el mercado.

Una de las formas más comunes de redes de negocios es por medio de las alianzas estratégicas. Entre los ejemplos más comunes de alianzas estratégicas están: consorcios de exportación, acuerdos de distribución y joint venture. Este tipo de alianzas se han desarrollado por los cambios en las características del entorno como globalización y desregulación (García-Canal, 2004).

Dichas alianzas son particularmente importantes en las primeras etapas de internacionalización cuando las empresas no conocen la cultura, prácticas comerciales ni los gustos específicos en el país de destino. A partir de lo anterior, alinearse con una empresa local que tenga desarrollados los recursos locales que las empresas extranjeras no tienen, genera un significativo apoyo en la entrada a un mercado internacional (García-Canal, 2004). Esto se podría vincular con lo propuesto por el modelo gradualista original en donde se establece que en las primeras etapas del proceso de internacionalización tiene sentido la generación de alianzas para reducir los riesgos implícitos a la entrada.

Como ya se ha mencionado, los avances con respecto a la teoría de la internacionalización surgen por la necesidad de explicar no solo el proceso sino también las motivaciones y la velocidad del proceso. En ese sentido (García-Canal, 2004), a partir de un estudio de empresas españolas, sugiere que la generación de alianzas no solo reduce la incertidumbre en las primeras etapas del proceso de internacionalización sino que también puede contribuir a la aceleración del proceso con mayores compromisos de recursos.

Esto guarda relación con lo propuesto por (Coviello & Munro, 1995) en donde el conocimiento compartido permite la identificación y desarrollo de oportunidades de mercado. Por lo que surge la duda en un contexto de empresas de países con limitado posicionamiento de marca en mercados internacionales, en qué etapas de la internacionalización resulta más significativa las alianzas estratégicas. En el estudio de la internacionalización a partir de redes y alianzas estratégicas se busca responder aspectos relacionados con: a) la elección del socio y b) el ámbito geográficos de dicha alianza.

Los elementos teóricos analizados permiten identificar varios requisitos para la internacionalización, asociados a la gestión del conocimiento como son: el conocimiento del

mercado internacional, el dominio de la normativa comercial, la identificación de socios comerciales y la existencia de personal calificado. Se requiere el asesoramiento de personas especializadas en diferentes áreas como puede ser el aspecto legal, comercial, marketing y finanzas en el país en el que se opera.

Considerando los aspectos señalados con anterioridad se considera oportuno hacer referencia seguidamente al papel de la gestión del conocimiento y el aprendizaje en el objeto de estudio.

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y APRENDIZAJE

Ante un escenario de intensa competencia las empresas deben desarrollar capacidades internas que les permitan anticiparse y adaptarse a los cambios de mercado. Ante la apertura de mercados internacionales, la competitividad de las empresas debe desbordar el ámbito local y llegar al internacional. La internacionalización es vista como un proceso integral en donde se potencia el conocimiento y la innovación.

(Porter, 1990) fundamenta el Modelo de la ventaja competitiva de las naciones (competitividad sistémica) o “Diamante de la Competitividad”. Explica que la capacidad de competir en los mercados internacionales depende no sólo de los costes de los factores productivos, sino de su eficiencia en relación con el coste. Divide los factores productivos en básicos y avanzados. Los básicos se encuentran de manera natural en todos los países: los recursos naturales, el capital y la mano de obra no especializada. Los avanzados, no se encuentran de manera natural: la mano de obra especializada, el sistema educativo, los sistemas de comunicación e infraestructura científica, y pueden ser clasificados como generales y especializados.

Los generales son útiles para todas las empresas de todos los sectores, como por ejemplo el sistema educativo. Mientras que los especializados son útiles solo para ciertos sectores, por ejemplo un centro de investigación. Por lo que son los factores avanzados y especializados los que contribuyen a la ventaja competitiva de un país, ya que son los más difíciles de copiar e imitar por otras naciones. Incluye otros elementos que deben ser considerados para el desarrollo de la competitividad: las condiciones de la demanda doméstica, las industrias relacionadas, el grado de rivalidad del sector y el papel del gobierno en la competitividad internacional de la empresa.

La relación entre innovación tecnológica e internacionalización ha sido analizada históricamente en donde se han estudiado los determinantes de la internacionalización (Fonfría, 2000). Estos estudios se basan en el supuesto que las actividades tecnológicas impactan en la capacidad de expansión internacional.

Según (Añáez, 2002), es un error implementar nuevas tecnologías sin articular las capacidades estratégicas, organizativas y tecnológicas de la empresa. Una serie de autores sugieren que existe

una relación directa entre innovación y competitividad empresarial y que esta relación tiene un impacto en los niveles micro, meso y macro (Bernal, Naranjo & Frost, 2012).

(Drucker, 1998) plantea que la relación entre conocimiento y competitividad empresarial es clave en la generación de ventajas competitivas, al considerarlo como fuente de la dinámica de los demás recursos de una organización. Por otro lado, (Carneiro, 2000) sugiere que existe una relación directa entre la gestión del conocimiento en la generación de competitividad y el proceso de innovación de las empresas.

En la teoría referente a la gestión del conocimiento aparece una importante contribución en este sentido y es el Modelo de dirección estratégica por competencias³: Este modelo establece que las competencias básicas distintivas se componen por competencias personales, organizativas y tecnológicas que se basan en las actitudes (visión y valores), los recursos (activos tangibles y conocimientos) y las capacidades (habilidades y experiencias). Esas competencias básicas distintivas determinan la competencia empresarial y la ventaja competitiva sostenible.

(Bernal Naranjo & Frost, 2012), en un análisis sobre empresas colombianas demuestra empíricamente que no existe evidencia de relación directa entre innovación y la gestión del conocimiento con la competitividad empresarial. Según el criterio de los autores del presente artículo otros elementos como el clima organizacional que favorezca el trabajo en equipo, la creación y la confianza que estimule la búsqueda de nuevas soluciones a los problemas, así como la tolerancia al riesgo deberían incorporarse a este tipo de análisis.

Los países en desarrollo deben concentrarse en la adaptación y uso eficiente de la tecnología existente, pero es importante que las empresas desarrollen sus propias capacidades tecnológicas para adaptarse e implementar la innovación y procesos de cambio como la internacionalización (Álvarez, Fischer & Natera, 2013).

(Santiso, 2008) plantea que entre las claves del éxito de las *multilatinas* está la capacidad de transferir y adaptar el conocimiento adquirido en mercados de ingreso medio en el contexto latinoamericano y no necesariamente por la explotación de factores productivos abundantes. El conocimiento obtenido por la organización permite reducir la distancia psicológica, propuesta por la escuela Uppsala, por medio del aprendizaje en el proceso de internacionalización de la organización.

³ Se considera este aporte como una nueva visión de la dirección del conocimiento desde una perspectiva estratégica basada en la teoría de los recursos y capacidades.

Desde el modelo original de la escuela Uppsala, se asume que el desarrollo del conocimiento es clave en la internacionalización de una firma y que ese conocimiento particular crece según las experiencias generadas por las operaciones de la empresa. En ese modelo se asume que el aprendizaje por medio de la experiencia permite el desarrollo de las capacidades organizacionales.

En los últimos años, se han realizado una serie de estudios relacionados con el aprendizaje de la organización en los diversos ámbitos de operación de las empresas, entre los cuales está el proceso de internacionalización. En el modelo evolutivo original de internacionalización, se asume que el conocimiento específico del mercado es un tipo de conocimiento crítico para la internacionalización. Luego de los avances realizados por diversos autores se concluye que el conocimiento de mercado es crítico pero no suficiente.

Andersson, Helander y Karlsson (2009), por medio de análisis de casos revelan la complejidad relacionada con la entrada de la empresa a un mercado extranjero, por ejemplo en la búsqueda de los actores relevantes para determinar cuáles son las redes relevantes en los mercados de destino. En el modelo tradicional, el conocimiento en el proceso de internacionalización debe incluir diversos tipos de experiencias como modos de entrada, alianzas, adquisiciones, fusiones y dinámica del negocio.

En el modelo de Redes de Negocios de (Johanson & Vahlne, 2009), el aprendizaje tiene un enfoque relacional que se genera de la interacción de las partes que puede incluso incluir conocimientos de distintas fuentes y capacidades. La generación del conocimiento se puede obtener según este enfoque con la interacción con los diferentes grupos de interés.

(Pedersen & Sharma, 2001), critican la forma simplista y determinística sobre el manejo del conocimiento en el modelo gradualista, pero estudios empíricos demuestran la vigencia e importancia del conocimiento experiencial. Sin embargo, es necesario conocer los mecanismos y capacidades internas de aprendizaje a partir de los cuales la organización construye y potencia su aprendizaje y conocimiento.

Para (Cohen & Levinthal, 1990), el conocimiento es un recurso crítico para la generación de ventaja competitiva de las empresas. Su importancia radica en la manera cómo puede la empresa afrontar profundos cambios en el entorno como: a) la competencia global, b) desarrollos tecnológicos y c) las prácticas de gestión innovadoras.

La investigación sobre cómo el conocimiento se relaciona con la generación de ventajas competitivas, ha sido analizada por medio del estudio de: a) la gestión del conocimiento, b) las alianzas estratégicas, c) la gestión de la innovación y e) la capacidad absorptiva (Cohen & Levinthal, 1990).

Para (Johanson & Vahlne, 2009), aparte del conocimiento experiencial en el proceso de internacionalización, se debe prestar atención a los mecanismos de aprendizajes como curvas de aprendizaje, conocimiento a partir de la rutina, capacidades absorptivas, entre otras. Con respecto a la capacidad absorptiva, se define como la habilidad de una empresa para identificar, asimilar y aplicar conocimiento procedente de fuentes externas.

Para (Cohen & Levint, 1990), el concepto de capacidad absorptiva es flexible por lo que su aplicación se puede dar en diferentes unidades de análisis y en diferentes perspectivas de la gestión empresarial como la internacionalización. Por otro lado, (Cohen & Levint, 1990), incluye en su investigación a la capacidad absorptiva en entornos de cooperación en investigación y desarrollo, por lo que su aplicación se podría trasladar al estudio de la gestión del conocimiento por medio de las redes en el contexto de la internacionalización de las empresas.

(Darroch & McNaughton, 2002) establece que el conocimiento y su aplicación en la organización requiere un nivel de conocimiento previo. Para (Johanson & Vahlne, 2009), el proceso de aprendizaje, y la construcción de confianza depende de la construcción del conocimiento previo y de la relación dentro de la empresa, así como con socios estratégicos. El desarrollo de conocimiento por medio de este proceso holístico genera una dimensión afectiva de construcción de confianza que permite la creación de oportunidades para la organización.

Por otro lado, la capacidad absorptiva no depende únicamente de los empleados sino también de la transferencia de conocimientos entre unidades dentro de la organización. En el modelo propuesto por (Cohen & Levint, 1990), en que se busca determinar la relación entre la capacidad absorptiva y el gasto en investigación y desarrollo, este establece que las capacidades absorptivas permiten identificar las oportunidades de innovación y tecnológicas. Esto se puede relacionar con el modelo de Redes de Negocios en el que agrega el concepto de reconocimiento de oportunidad dentro del ámbito del aprendizaje que en el modelo original se limitaba al conocimiento sobre el mercado.

De esta manera el modelo de Redes de Negocios, mantiene al conocimiento como un factor clave pero con la diferencia que este se genera por la interrelación y a partir de ese conocimiento e identificación de oportunidades que genera la relación con las decisiones de compromiso.

Es importante establecer que el modelo propuesto de (Cohen & Levinthal, 1990), analiza la capacidad de absorción de la empresa al conocimiento generado por un sector. (Máñez, Cavazos & José, 2012) por medio de una investigación cuantitativa, empírica y de sección transversal demuestra que existe una relación positiva y significativa entre la influencia de la capacidad de absorción y la cultura organizacional sobre la transferencia de conocimiento intraindustrial, en que

en el caso de la cultura existe una influencia directa y otra indirecta, mediada por la capacidad de absorción.

En el análisis de redes en el proceso de internacionalización del modelo de Redes de Negocios el conocimiento se construye a partir de la experiencia y de la interacción con los grupos de interés. Por la generalidad y por la construcción conceptual del modelo de (Cohen & Levinthal, 1990), sería relevante investigar el mecanismo de aprendizaje y generación de conocimiento a partir de las capacidades absorptivas por medio de la interacción con diferentes grupos de interés con diversos niveles de involucramiento en un contexto de internacionalización.

De esta manera, se podría concluir que el conocimiento adquirido por la experiencia es un mecanismo básico en la gestión del conocimiento pero bajo el enfoque de redes de negocios el conocimiento no solo se genera por la experiencia sino también por la relación en la red y por los conocimientos previos adquiridos.

Siguiendo esta lógica cabe mencionar el papel de las figuras de transferencia tecnológica en la gestión del conocimiento, el aprendizaje y la conformación de redes de negocios. Entre ellas podemos mencionar: las incubadoras de empresas, los centros de desarrollo empresarial, las aceleradoras de empresas y los parques científicos tecnológicos.

En la Agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible también se reconoce la importancia de este tipo de estructuras puesto que en su objetivo 4 plantea la necesidad de: “Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos” (ONU, 2016, p.15). En este sentido se destaca el papel de las universidades y su relación con el emprendimiento.

Por otra parte la situación de pandemia experimentada por el mundo requiere el análisis de sus efectos y el diseño de estrategias que delimiten los caminos a seguir, algunas ideas en este sentido se tratan en el último acápite del presente artículo.

PERSPECTIVAS PARA LA INTERNACIONALIZACION ANTE EL COVID 19

La acelerada propagación del COVID-19 y las medidas adoptadas por los gobiernos para enfrentar la pandemia han provocado graves consecuencias en las principales economías mundiales. Se ha interrumpido gran parte de las actividades productivas, primero en Asia y posteriormente en Europa, América del Norte y el resto del mundo, y ha habido cierres generalizados de fronteras. En este contexto, un estudio publicado por la CEPAL en agosto del 2020 planteaba que en ese año el producto mundial registraría su mayor contracción desde la Segunda Guerra Mundial (Banco Mundial, 2020).

En mayo de 2020 el volumen del comercio mundial de bienes cayó un 17,7% con respecto al mismo mes de 2019 (ver Figura 1).

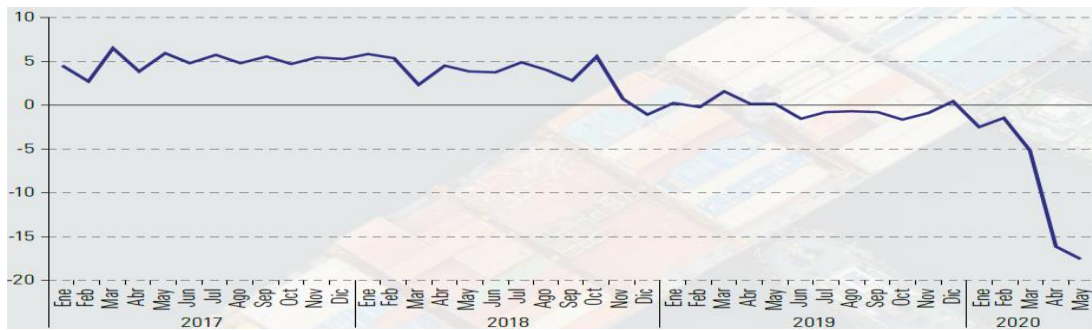


Figura 1

VARIACIÓN INTERANUAL DEL VOLUMEN DEL COMERCIO MUNDIAL DE BIENES, ENERO DE 2017 A MAYO DE 2020 (En porcentajes)

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

La caída en los primeros meses del año fue generalizada, si bien afecta especialmente a las exportaciones de los Estados Unidos, el Japón y la Unión Europea. China experimentó una contracción menor que el promedio mundial, ya que controló el brote y reabrió su economía relativamente rápido. América Latina y el Caribe es la región en desarrollo más afectada (CEPAL, 2020a:2). El comportamiento de las exportaciones lo evidencia, ver Figura 2:

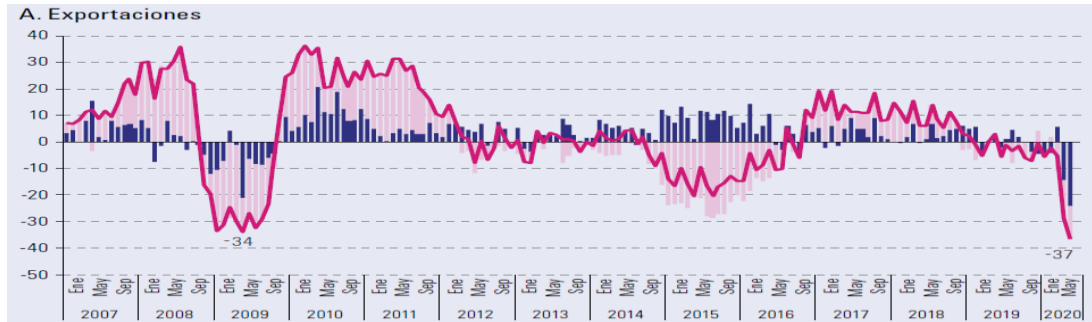


Figura 2

AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: VARIACIÓN INTERANUAL DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE BIENES SEGÚN VOLUMEN, PRECIO Y VALOR, ENERO DE 2007 A MAYO DE 2020 (En porcentajes)

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

La Figura 2 evidencia el impacto del Covid 19 en las exportaciones de la región. Cabe destacar que solamente cuatro países de la región, todos centroamericanos, aumentaron sus exportaciones de bienes entre enero y mayo de 2020: Costa Rica, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

Costa Rica se beneficia por el aumento de la demanda de dispositivos médicos para enfrentar la pandemia, especialmente en los Estados Unidos. Por su parte, Guatemala y Honduras aumentan sus exportaciones de equipos de protección personal, especialmente mascarillas, y de productos agrícolas. Nicaragua se beneficia del alza del precio del oro y de los volúmenes exportados de productos agrícolas y agropecuarios (café, caña de azúcar, frijoles, tabaco, entre otros). Parte de la resiliencia económica de estos países se explica por la importancia de los intercambios dentro de la propia subregión, que contribuyen a amortiguar la menor demanda en sus socios extrarregionales. Centroamérica exhibe el mayor coeficiente de comercio intrarregional en América Latina y el Caribe, que en 2018 alcanza el 29,8% (CEIE, 2019).

Una idea planteada por la CEPAL en el sexto Informe Especial por el Covid 19, con la cual coinciden los autores de este trabajo, expresa que ante un contexto mundial de mayor regionalización de la producción, la integración regional debe desempeñar un papel clave en las estrategias de salida de la crisis en América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020a).

Avanzar hacia el establecimiento de un mercado integrado de 650 millones de personas proporcionaría a los países de la región un importante seguro frente a perturbaciones de oferta o de demanda generadas fuera de ella. También permitiría alcanzar la escala requerida para fortalecer industrias estratégicas como la farmacéutica y la de insumos médicos y promover redes de producción e investigación compartida entre países y subregiones. Esto reduciría la vulnerabilidad de la región ante interrupciones del suministro como las producidas durante la pandemia (CEPAL, 2020b). Por otra parte, en un escenario de debilitamiento del multilateralismo, una mayor concertación regional es indispensable para generar un diálogo en un mayor pie de igualdad con los principales actores de la economía mundial.

No obstante, es cierto que la coyuntura actual es particularmente adversa para las iniciativas de profundización de la integración regional. A las diferencias de visión estratégica ya conocidas se suma ahora una profunda crisis multidireccional: sanitaria, económica y social de enormes proporciones y el riesgo de una marcada crisis alimentaria.

“Sin embargo, no es posible ignorar las señales que apuntan a una marcada reconfiguración de la geografía económica global, y específicamente a una mayor relevancia de las regiones. Por ende, profundizar la integración regional debe ser un componente esencial de cualquier estrategia de salida de la crisis. Dado el rol crucial que el mercado regional tiene para las exportaciones de manufacturas y para las pequeñas y medianas empresas (pymes) exportadoras...” (CEPAL, 2020a:23).

CONCLUSIONES

- En el presente trabajo se analiza la evolución de la teoría de la internacionalización, destacando los aportes de la gestión del conocimiento y las redes de negocios. En términos generales se puede concluir que la mayor diferencia entre el modelo original de la escuela Uppsala y el Modelo de Redes de Negocios radica en que el conocimiento y aprendizaje de la empresa no solo se genera por el paso del tiempo sino también por la interrelación con los diferentes grupos de interés. El conocimiento generado por medio de la interrelación permite identificar y aprovechar las oportunidades de mercados.
- Se destacan los aportes del Diamante de la Competitividad de Porter que sostiene que los factores avanzados y especializados contribuyen a la creación de la ventaja competitiva de un país, puesto que son difíciles de copiar e imitar.
- Por otro parte, se concluye que la importancia de las redes de negocios varía en las diferentes etapas del proceso de internacionalización de empresas. Además la creación de confianza por medio del conocimiento y el compromiso permite definir una posición dentro de la red.
- Se identifican diferentes líneas de investigaciones futuras ya que se sugiere incluir nuevas variables organizacionales el estudio de la gestión del conocimiento. Por otro lado, en trabajos con propósitos prácticos sería interesante caracterizar y entender la influencia de redes en la internacionalización de empresas de diversos sectores productivos.
- Ante la situación de crisis económica mundial se vislumbra la necesidad de diseñar estrategias y políticas que conduzcan a la integración regional pues emprender acciones coordinadas que propendan a la reactivación del comercio intrarregional permitirá atenuar la pérdida de tejido empresarial y la reprimarización de la estructura productiva y las exportaciones con que América Latina y el Caribe emergerá de la pandemia.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, I., Fischer, B., & Natera, J. M. (2013). Mercosur: Tendencias de internacionalización y capacidades tecnológicas. *Revista Cepal*, 43-60.
- Andersen, O. (1993). On the Internationalization process of firms: A critical Analysis. *Journal of International Business Studies*, 209-231.
- Andersson, A., Helander, A., & Karlsson, T. (2009). The Influence of network relationship in the internationalization of SMEs. 1-73.

- Araya, L. (2009). El proceso de Internacionalización de Empresas. *TEC Empresarial*, 18-25.
- Arechavala, R. (2008). Cultura empresarial e internacioanlización de la pequeña empresa mexicana. *Estudios Sociales, Nueva Época*, 31-54.
- Banco Mundial (2020), *Global Economic Prospects: June 2020*, Washington, D.C.
- Behrouz, Z., Nasser, H., & Tajeddin, M. (2011). Best practice network business model for internationalization of small and medium enterprises. *J Int Entrep*, 299-314.
- Bernal, C., Naranjo, G., & Frost, S. (2012). Análisis de la relación entre la innovación y la gestión del conocimiento con la competitividad empresarial en una muestra de empresas en la ciudad de Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 303-315.
- Carneiro, A. (2000). How does knowledge management influence innovation and competitiveness? . *Journal of Knowledge Management*, 87-98.
- CEIE (Centro de Estudios para la Integración Económica) (2019), *Informe Económico Regional 2018-2019*,
- Ciudad de Guatemala, Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA).
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2020a), “Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística”, *Informe Especial COVID-19, N° 6*, Santiago, agosto.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2020b), “Las restricciones a la exportación de productos médicos dificultan los esfuerzos por contener la enfermedad por coronavirus (COVID-19) en América Latina y el Caribe”, *Informes COVID-19*, Santiago, mayo.
- Cohen, W., & Levinthal, D. (1990). Absortive Capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 128-152.
- Coviello, N., & Munro, H. (1995). Growing the entrepreneurial firm: Networking for international market development. *European Journal of Marketing*, 49-61.
- Coviello, N., & Munro, H. (1997). Network Relationships and the Internationalisation Process of Small Software Firms. *International Business Review*, 361-386.
- Darroch, J., & McNaughton, R. (2002). Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 210-222.
- de la Luz Juárez, Gloria, Sánchez Daza, Alfredo, & Zurita González, Jesús. (2015). La crisis financiera internacional de 2008 y algunos de sus efectos económicos sobre México. *Contaduría y Administración*, 60, supl.2.
- Drucker, P. (1998). *La sociedad postcapitalista*. Bogotá: Norma.
- Dunning, J. (1988). The Eclectic paradigm on international production: A restatement and some possible extensions. 1-31.

- Fonfría, A. (2000). Innovación Tecnológica e Internacionalización: Un Análisis Causal. Dirección y Organización Revista de Ingeniería de Organización, 30-50.
- García-Canal, E. (2004). El papel de las alianzas estratégicas en la internacionalización de las empresas españolas. *Universia Business Review*, 70-85.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business*, 23-32.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 1411-1431.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-R. (2003). Business relationship learning and commitment in the internationalization process. *Journal of International Entrepreneurship*, 83-101.
- Johanson, J., & Wiedersheim, F. (1975). The internationalization of the firm: Four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, 305-322.
- Máynez, A., Cavazos, J., & José, N. (2012). La influencia de la cultura organizacional y la capacidad de absorción sobre la transferencia de conocimiento tácito intra-organizacional. *Estudios Gerenciales*, 191-211.
- ONU, Organización de Naciones Unidas. (2016). La agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe. Santiago: Naciones Unidas Retrieved from www.sela.org/media/.../agenda-2030-y-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible.pdf
- Petersen, B., Pedersen, T., & Sharma, D. (2001). The Role of Knowledge in firm's internationalisation process: Wherefrom and whereto. LINK Working Paper, 1-25.
- 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. Enero. p. 81-105.
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: The Free Press.
- Ramírez, A. (2004). Importancia de los recursos intangibles en la internacionalización de la empresa. *Universia Business Review*, 62-69.
- Santiso, J. (2008). Emergencia de las multilatinas. *Revista Cepal*, 7-30.
- UNESCO. (2005). *Towards Knowledge Societies*. UNESCO world report. (UNESCO ed.). París, Francia: UNESCO.