

Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti
(Organizadoras)

IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

3

Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti
(Organizadoras)

IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

3

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^ª Dr^ª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^ª Dr^ª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^ª Dr^ª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^ª Dr^ª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^ª Dr^ª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^ª Dr^ª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^ª Dr^ª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^ª Dr^ª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^ª Dr^ª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^ª Dr^ª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^ª Dr^ª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Impactos de las tecnologías en las ciencias sociales aplicadas 3

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Yaidy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadoras: Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

I34 Impactos de las tecnologías en las ciencias sociales aplicadas 3 / Organizadoras Denise Pereira, Karen Fernanda Bortoloti. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0456-9

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.569222807>

1. Tecnologías. 2. Ciencias sociales aplicadas. I. Pereira, Denise (Organizadora). II. Bortoloti, Karen Fernanda (Organizadora). III. Título.

CDD 601

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

O advento das tecnologias de Informação e Comunicação transformou radicalmente a forma de lidar com o mundo a nossa volta e com as pessoas. Isto, é claro, reflete a maneira como as empresas e todas as partes do globo trabalham.

Na presente obra verificaremos diversos conceitos importantes relacionados à Tecnologia de Informação e que são base para administração da informatização em empresas e contabilidade empresarial informatizada. Os estudos, dentre outros aspectos, apresentarão enfoque sistêmico na gestão de empresas com os conceitos sobre sistemas de informação e a relevância da Tecnologia da Informação e dos Sistemas de Gerenciamento de Dados nas empresas.

Além disso, consideram os Sistemas de Informação utilizados hoje pelas ciências sociais aplicadas, seus subsistemas e quais aplicações destes. Valorizando, assim, uma reflexão a respeito dos sistemas mais amplos que têm como função integrar diversas áreas e processos de uma empresa e sistemas específicos para gerenciamento do relacionamento com o cliente, gestão da cadeia de suprimentos, inteligência empresarial, dentre outros.

Veja que nosso tema é amplo e relaciona as ferramentas e tecnologias aplicáveis na gestão empresarial. Fica aqui nosso convite para que você participe efetivamente buscando mais informações e elaborando novos e diversos conhecimentos, pois estudar é um processo contínuo.

Esperamos que as leituras destes capítulos possam ampliar seus conhecimentos e instigar novas reflexões.

Denise Pereira
Karen Fernanda Bortoloti

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA REVISTA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA
“CONVERSUS”

Sonia Díaz-Olivo

Emmanuelle Alvarado-Álvarez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228071>

CAPÍTULO 2..... 10

APLICACIÓN DE LA LEY DE BENFORD A LA DETECCIÓN DE FRAUDES

Pedro Manuel Cabeza García

Diego Ricardo Rubio Erazo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228072>


CAPÍTULO 3..... 24

COLLABORATIONAL METASTRUCTURALISM: ADVANCES IN ORGANIZATIONAL
THEORY AND ADMINISTRATION

Leonel Salvador Lerma Rojas

Mara Alejandra Lerma García

Pedro Luís Lerma García

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228073>

CAPÍTULO 4..... 38

CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA EN LAS ORGANIZACIONES RELIGIOSAS: LAS
REPRESENTACIONES SIMBÓLICAS COMO ESTRATEGIA PARA GESTIONAR LÓGICAS
INSTITUCIONALES POTENCIALMENTE CONTRADICTORIAS

Lorena Martinez Soto

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228074>

CAPÍTULO 5..... 52


CRÉDITOS FORMALES COMO FUENTE DE FINANCIAMIENTO PARA LOS
MICROEMPRESARIOS: ¿INCLUSIÓN O EXCLUSIÓN?

Janeth Chunga Hernández

Hugo Bécquer Paz Quintero

María Fernanda González

Francia Milena Suárez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228075>

CAPÍTULO 6..... 65

CSA+ID “HOUSING AS AN EXPRESSION OF IDENTITY”

Barbie Mariangel Uzcategui De Chomón

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228076>

CAPÍTULO 7..... 80


ESTRÉS VÍA RECONOCIMIENTO, PARTICIPACIÓN Y ACTIVIDADES LÚDICAS:

DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS EN UNA INSTITUCIÓN DE ESTUDIOS SUPERIORES

Mara Alejandra Lerma García

Pedro Luís Lerma García

Leonel Salvador Lerma Rojas

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228077>

CAPÍTULO 8..... 97

ESTUDIO DE POSTULADOS EN LA ADMINISTRACIÓN DE MODELOS DE RIESGO FINANCIERO

Martha Milena Cuellar Chaves


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228078>

CAPÍTULO 9..... 120

EVALUACIÓN DEL MARCO INSTITUCIONAL COLOMBIANO PARA LA ESTRATEGIA EN INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

Sandra Valbuena Antolínez


Claudia Patricia Jaramillo Mendigaña

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5692228079>

CAPÍTULO 10..... 134

INVESTIGADORES PERSEVERANTES, INVESTIGACIONES “INNOVACTIVAS”

Laura Elizabeth Cavazos González

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280710>

CAPÍTULO 11 146

LA ACCIÓN COMUNICATIVA EN LA SOCIEDAD HIPERMODERNA

Karen Cruz Ramos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280711>


CAPÍTULO 12..... 154

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y SU IMPACTO EN LOS PROCESOS DE ACREDITACIÓN CACSLA-CACECA DENTRO DE LAS INTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Claudia Viviana Álvarez Vega

Sandra Julieta Saldivar González

Mayda González Espinoza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280712>

CAPÍTULO 13..... 165

MEJORA DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DE LADRILLO ARTESANAL CON UNA EXTRUSORA SEMIAUTOMÁTICA


Karen Hernández Rueda

Rivelino Hernández Rueda

Juan Carlos González Castolo

Silvia Ramos Cabral


Sandra Elizabeth Hidalgo Pérez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280713>

CAPÍTULO 14..... 179

MODELOS DE GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y SU PERTINENCIA CON LAS EMPRESAS COLOMBIANAS

Barrios Meza Fernando José

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280714>

CAPÍTULO 15..... 188

NELLY DECAROLIS, UNA VIDA DEDICADA A LA MUSEOLOGÍA

Lucía Astudillo Loor


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280715>

CAPÍTULO 16..... 198

PATRIMONIO CULTURAL Y URBANISMO EN XOCHIMILCO, CIUDAD DE MÉXICO

Javier Pérez Corona

María del Rocío Navarrete Chávez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280716>

CAPÍTULO 17..... 212

REDEFINIENDO EL AVISO PUBLICITARIO A LAS NUEVAS REALIDADES

Eduardo Sánchez Bayona

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280717>


CAPÍTULO 18..... 226

THE VICIOUS CIRCLE OF SOCIAL SEGREGATION AND SPATIAL FRAGMENTATION IN COSTA RICA'S GREATER METROPOLITAN AREA

Oliver Schütte

Marije van Lidth de Jeude

Florencia Quesada Avendaño

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280718>

CAPÍTULO 19..... 240

¿VOLVERÁN LOS ESTUDIANTES CHINOS A ESTUDIAR IDIOMA Y NEGOCIOS EN LA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA? CÓMO ENFRENTARSE A NUEVOS RETOS EN LA ERA POST COVID19

Beatriz Irún Molina

Inmaculada Fortanet Gómez

Diego Monferrer Tirado

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280719>

CAPÍTULO 20..... 254

UN ESTUDIO DE CASO: LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y VECINAL EN EL DF (1999-2016)

Irma Campuzano Montoya

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56922280720>

| | |
|------------------------------------|------------|
| SOBRE AS ORGANIZADORAS..... | 267 |
| ÍNDICE REMISSIVO..... | 268 |

EVALUACIÓN DEL MARCO INSTITUCIONAL COLOMBIANO PARA LA ESTRATEGIA EN INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

Data de aceite: 07/07/2022

Sandra Valbuena Antolínez

Universidad Militar Nueva Granada, Facultad
de Estudios a distancia
Cajicá, Colombia
<https://orcid.org/0000-0003-4656-7953>

Claudia Patricia Jaramillo Mendigaña

Universidad Militar Nueva Granada, Facultad
de Estudios a distancia
Cajicá, Colombia
<https://orcid.org/0000-0002-4289-0318>

RESUMEN: Se realizó la evaluación de la oferta del marco institucional, como ecosistema para la internacionalización empresarial en Colombia, por medio de la revisión sistemática de los casos de éxito, el análisis de la práctica gerencial y la revisión de la oferta de servicios del marco institucional, documentados mediante la observación estructurada de la oferta disponible en la web, con el fin de identificar las brechas desde las prioridades y necesidades para establecer los aspectos de mejora y fortalecer la competitividad local e internacional. La caracterización de la estrategia internacional incluye en sentido amplio, la respuesta a las limitantes, las acciones estratégicas, el marco institucional, los beneficios, las formas de ingreso a los mercados internacionales, las capacidades internas, los impulsores, el entorno y los mercados. Las empresas manifiestan en mayor medida las limitantes, que poseen para internacionalizarse, en donde el marco

institucional tiene un rol preponderante, pues existe una mayor proporción de entidades que generan política, sin alguna coordinación como sistema y con una unidad de criterio desde una política comercial, generando como consecuencia brechas entre la oferta institucional y las necesidades de las empresas.

PALABRAS CLAVE: Comercio y entorno; estudios empíricos del comercio; integración y orden económico internacional; negocios internacionales; organizaciones comerciales internacionales; política comercial.

ABSTRACT: An evaluation of the supply of the institutional framework as an ecosystem for business internationalization in Colombia was carried out through the systematic review of success stories, the analysis of management practices and the review of the supply of services of the institutional framework, documented by the structured observation of the supply available on the web, with the aim of identifying gaps in priorities and needs in order to identify aspects of improvement and strengthen competitiveness. local and international. The characterization of the international strategy includes, broadly speaking, response to constraints, strategic actions, institutional framework, benefits, ways of entering international markets, domestic capacities, drivers, environment and markets. Companies show more of the limitations they have to internationalize, where the institutional framework plays a preponderant role, since there is a greater proportion of entities that generate policy, without any coordination as a system and with a single criterion from a commercial policy,

resulting in gaps between the institutional supply and the needs of the companies.

KEYWORDS: Trade and environment; empirical studies of trade; integration and international economic order; international business; international trade organizations; trade policy.

INTRODUCCIÓN

La irrupción de la pandemia por cuenta de Covid-19 ha supuesto un reto mayor para la economía mundial y se estima que los efectos de esta se verán reflejados hasta una década después (Banco Mundial, 2020). Dada esta condición, se requiere una política comercial que potencialice la internacionalización de las empresas colombianas (Villareal-Larrinaga, 2006), además de establecer una base de análisis objetivo, crítico y proyectivo sobre la oportunidad de mejora, tanto en la toma de decisiones gerenciales por parte de las empresas, así como la evaluación y fortalecimiento de las herramientas, los programas y las políticas destinadas a promover la inserción en la economía internacional, incluyendo el marco institucional multilateral y local. Es así como se plantea la pregunta de investigación ¿qué tipo de relación existe entre la oferta institucional y los casos de éxito de las PYMES colombianas que han logrado internacionalizarse en la última década?

El propósito es identificar el tipo de relación y la forma cómo se instrumentalizó la oferta institucional como soporte para el diseño de la estrategia de internacionalización de las pymes colombianas en el periodo 2010- 2020. Para lo cual, se realizó una revisión sistemática desde los criterios: limitantes, impulsores, beneficios y acciones estratégicas para realizar el contraste con la oferta institucional y así validar su pertinencia, haciendo uso de los reportes emitidos por entidades privadas tales como las cámaras de comercio, así como por algunos grupos de investigación universitarios, documentados en artículos de investigación.

MARCO TEÓRICO

La estrategia internacional es la sumatoria de elementos que combinados permiten el logro de los objetivos (Becerra, 2010); por lo tanto, no se puede limitar a un aspecto; sino que tiene un carácter incremental frente al entorno (Bagheri et al., 2019).

Existen diferentes modelos como la teoría ecléctica clásica, la innovación y los enfoques secuenciales (Arteaga; 2017), como se muestra en la tabla 1:

| Postulados de la teoría | Particularidades y consideraciones desde la investigación en Colombia |
|---|--|
| Teoría ecléctica clásica: presupone disponer de una ventaja competitiva reproducible en el exterior. Dunning, (1979, 1981) citado por Trujillo y Rodríguez (2006). | Se ha impulsado desde los programas de transformación productiva (Conpes 3678). |
| Escuela Upsala: la empresa se internacionaliza de forma gradual, comenzando por un menor compromiso con un aumento (Arteaga, et al. 2017) | Busca reducir la falta de conocimiento y experiencia en el mercado (Caldas, 2016). |
| Interconexión empresarial: las empresas están impulsadas por pertenecer a redes internacionales y con efectos de localización global (Buzzell, Quelch y barlett, 1995) | Algunos sectores como alimentos se integraron a cadenas de valor mundiales (Ossa, J. A. G., Vega, J. D., Concha, J. R., y Álvarez, S. O., 2019). |
| Modelo de innovación: con procesos dinámicos acumulativos de aprendizaje que mejoran con la experiencia, la toma de decisiones irreversibles, con compromisos en otros mercados. (De Vicuña- Ancín, 2016) | Capacidad de innovar constantemente, con el fin de agregar valor a los modelos de negocio; evitando los mercados estandarizados y masivos (Dini, M y Stumpo, 2018). La modernidad reduce el riesgo de imitación y se responsabiliza al conocimiento de la innovación (Silva 2017). |
| Born global: empresas cuya intención de creación es la internacionalización, por lo tanto desde su génesis, establecen que su mercado es mundial. (Hollensen y Arteaga, 2010). | El perfil gerencial tiene gran influencia, en particular son el resultado de una menor aversión al riesgo y el no temer al fracaso (Barbosa y Ayala, 2012) |

Tabla 1. Relación entre las teorías y las recomendaciones de la investigación en Colombia

Fuente: elaboración propias desde la revisión de autores Arteaga *et al.*, (2017), (Barbosa y Ayala, 2012) Buzzell *et al.*, (1995); Caldas (2016); De Vicuña- Ancín (2016); Dini, M y Stumpo (2018); Hollensen y Arteaga (2010); Ossa *et al.*(2019); Trujillo y Rodríguez (2006); Silva (2017).

METODOLOGÍA

Se realizó la revisión sistemática de literatura, con el fin de aprovechar los beneficios de EBMgt-evidence based management, la cual permite identificar las acciones de mejora o detectar las potenciales necesidades empresariales (Chicaíza-Becerra et al., 2017). Los casos de éxito fueron identificados desde la revisión documental, seguido por el análisis de las acciones gerenciales, la determinación de los factores de éxito, las limitaciones presentadas, los beneficios, los resultados y las recomendaciones gerenciales, además de los criterios de validez de la información a partir del muestreo, la estrategia metodológica, el instrumento y las fuentes que se abordaron para la documentación del estudio; los casos de éxito seleccionados están disponibles en las bases de datos como: Proquest, Business Searching Interface, Dialnet, Emerald y Elsevier. En total se seleccionaron 25 casos de éxito documentados en el periodo de 2010- 2020, los cuales están asociados a la internacionalización empresarial.

Para el análisis de los casos de éxito, se implementaron los protocolos de revisión sistemática de la literatura a partir del análisis semántico apoyado por software AtlasTi.

Posterior a la caracterización, se realizó la revisión del marco institucional para la

internacionalización en el contexto global y nacional mediante una ficha de observación (38 instituciones a nivel nacional, de las cuales 24 fueron referenciadas en los casos de éxito y las demás se agregaron por la función que cumplen como formuladores y ejecutores de política), con el fin de caracterizar la oferta de servicios y las herramientas que se tienen para apoyar a las PYMES; para finalmente, hacer un análisis de cómo el marco institucional ha apalancado o limitado la internacionalización empresarial, además de valorar los aciertos y las brechas que pueden fortalecer y mejorar desde la oferta para las PYMES en materia de internacionalización.

RESULTADOS

Una estrategia de apertura permitira el prodesarrollo sistemático, soportado por la coordinación desde el intercambio y la gestión del conocimiento como capital para la creación de nuevas soluciones y la cooperación desde principios de sustentabilidad (Rosińska-Bukowska, 2019), lo cual conlleva a revisar las buenas prácticas y la caracterización de las instituciones desde la viabilidad del ecosistema en Colombia para la internacionalización empresarial para superar el bajo desempeño en mercados internacionales y la falta de vocación exportadora (Dini y Stumpo, 2018).

A pesar de este panorama de baja competitividad, algunas empresas exitosas en el contexto internacional han definido su estrategia demostrando que la estrategia no solo depende de la intención, implementado acciones para la caracterización de los clientes, fortaleciendo las habilidades de gestión, mediante el aprendizaje a partir de las buenas prácticas (Miranda et al., 2020) y la obtención de capital de inversión, lo cual se denomina internacionalización interna (Landau et al., 2016), además de considerar la estrategia como un elemento dinámico que integra los diversos elementos, en cambio y evolución (Cepeda et al., 2017). En **tabla 1**, se presentan los elementos de la estrategia analizados casos de éxito de las PYMES en Colombia durante el periodo 2010 a 2020.

| Elementos | Yip (2001) | Johnson, Scholes y Whittington (2006) | Charles (2011) | Seni (2013) |
|-------------------------------|---|---|--|---|
| Limitantes | Cambios del entorno y el mercado | Actividades que destruyen valor: costos, sistemas y jerarquías, seguridad financiera y cultura organizacional. | Mercado global requiere inversión | Mitigar amenazas del entorno |
| Acciones estratégicas | Desarrollo de productos y servicios globales estandarizados. | Toma de decisiones en atributos de productos y diseño de canales | Diferenciación para lograr un valor superior y adaptarse | Comprensión, diseño, delimitación y gestión. |
| Marco institucional | Comprensión del mercado y la industria, variables macroeconómicas y riesgo político | Condiciones macroeconómicas, entorno político, infraestructura (barreras arancelarias y no arancelarias), normas culturales y estructuras sociales y riesgos legales y políticos. | Definición de lineamientos normas y políticas. | Hace parte de un sistema estratégico. |
| Beneficios | Fuente de ventaja competitiva | Descentralización del proceso productivo, creación de valor, economías de escala | Creación de valor | Acciones de articulación y alianzas estratégicas |
| Formas de ingreso | Productos estandarizados para born global | Exportaciones, joint ventures, licencias e inversión directa en el extranjero | Comprometer recursos de forma incremental | Acciones que le permitan anticiparse a sus competidores |
| Capacidad interna | Inversión y capacidades internas de la organización | Planeación de actividades | Áreas, procesos y funciones | La gestión con un objetivo |
| Impulsores | Mercado, costos, gubernamentales y competitivos. | Reducción de costos | Capacidad de respuesta | Mejoramiento de la competitividad |
| Entorno | Aprovechan factores del entorno | Macroentorno, industrias y sectores, competidores y mercados. | Capacidad de detectar los cambios. | Vilo estratégico, oportunidades, marco normativo. |
| Contexto de desarrollo | Organizaciones | Unidades estratégicas de negocio (celdas de negocio) | Desarrollo de mercados | Unidades estratégicas de negocio (celdas de negocio) |

Tabla 2. Categorías de análisis para la caracterización de la estrategia internacional

Fuente: autores retomando a Charles (2011), Johnson et al. (2006), Seni (2013), y Yip (2001).

Posterior a la definición de las categorías, se identificó el desagregado de los aspectos claves en la La estrategia incluye el marco institucional como variable transversal; definido como las fuerzas y los actores (externos) que cambian el direccionamiento estratégico para la internacionalización empresarial en sentido amplio (interna y externa) (García et al., 2015).

En la caracterización de la estrategia las empresas mencionan en primer lugar y con mayor frecuencia las limitantes y la complejidad del proceso que dificulta su capacidad competitiva (Díaz, 2019), baja capacidad de respuesta (Lechuga et al., 2016; Santacruz

et al., 2019) y con el efecto de una inexistente vocación exportadora (González et al., 2018; Franco-Ángel y Urbano, 2019); es así cómo se constituye en el punto de partida como un reto gerencial para el diseño de cualquier acción estratégica, pues cómo se puede evidenciar del total de las limitantes el 55,8%, corresponden a variables externas que son el producto de las problemáticas identificadas en un marco institucional extenso, contradictorio y desarticulado (Collazos et al., 2019).

Dadas estas condiciones en primera medida el gerente debe lograr el equilibrio entre la organización y el entorno (Ossa et al., 2019). En segunda medida debe lograr la optimización de los recursos con los que cuenta la organización y encauzar todas las acciones, a partir de articular los esfuerzos existentes, que son evidentes en materia de promoción y divulgación (23,91%) desde herramientas, el acceso a la información y la organización sectorial, evidenciable en la tabla 3.

A pesar de los esfuerzos en promoción, en la misma medida se encuentran los generadores de política que han acrecentado las medidas no arancelarias (Echeverría et al., 2019), no tienen una coordinación como marco normativo y generan ineficiencia por la tramitología y la baja divulgación de los cambios en la normatividad como medida de protección (Restrepo y Vanegas, 2015), lo cual ha generado un efecto nocivo pues al castigar la importación se afecta la exportación, al no contar con insumos y capacidades que se obtienen de la internacionalización (Velásquez et al., 2015).

| | Instituciones reportadas en casos de éxito | Instituciones anexadas por pertinencia en la internacionalización empresarial | % |
|---------------------------------|--|---|----------|
| Generador de política | Ministerio de Comercio industria y Turismo, Banco de la República, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Gobierno Departamental, | Consejo Nacional de Política Económica y Social (Conpes), Consejo Superior de Comercio Exterior (CSCE), Ministerio de transporte, Naciones unidas ONU, Organización Mundial del Comercio OMC, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), Fondo Monetario internacional (FMI) | 23,91% |
| Generador de información | Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE, Global Entrepreneurship Monitor GEM, Sistema estadístico de Comercio Exterior-SIEX | Conferencia de las Naciones unidas sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD, Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura FAO | 10,87% |
| Promoción y divulgación | Asociación Nacional de Comercio Exterior – Analdex (privada), Procolombia-Proexport, Programa de Transformación Productiva, Cámara de Comercio, Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOP), Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial-ONUDI, Artesanías de Colombia, Fedemetal (Cámara de la Andi), Servicio Nacional de Aprendizaje -SENA, Alcaldía Distrital. | Centro de Comercio Internacional – ITC | 23,91% |

| | Instituciones reportadas en casos de éxito | Instituciones anexadas por pertinencia en la internacionalización empresarial | % |
|-----------------------------|---|--|----------|
| Vigilancia y control | Superintendencia de sociedades | Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima), Policía antinarcóticos, Superintendencia de Industria y Comercio SIC, Policía Fiscal Aduanera (POLFA), Comisión Intersectorial de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MFS), Aeronáutica Civil, Autoridad Nacional de Licencias Ambientales (ANLA), Industria Colombiana Militar INDUMIL | 21,74% |
| Financiación | Banco de Comercio Exterior de Colombia SA (Bancoldex), Corporación Interamericana de Inversiones-CII, Banco Interamericano de Desarrollo-BID, Finagro | Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior (Fiducoldex), Banco Mundial | 13,04% |
| Ejecutor de política | Dirección de impuestos y Aduanas Nacionales-DIAN | Comisión Nacional de Competitividad e Innovación | 4,35% |
| Investigación | Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria | | 2,17% |

Tabla 3. Marco institucional para la internacionalización de las empresas colombianas

Fuente: elaboración propia con información reportada en casos de éxito en internacionalización publicados en revistas indexadas.

Una de las limitantes al proceso de internacionalización es la alta participación que tienen las instituciones con el rol de generador de política comercial a nivel de país, pues en sentido amplio el Banco la República: “indica que ésta depende de los once Ministerios y las entidades adscritas quienes emiten normas, los cuales no están coordinados para la consecución de una misma finalidad” (Collazos et al., 2019, p. 142), evidenciable en la participación que tienen las instituciones que aportan a la internacionalización empresarial con un 23,91%. Por otra parte, se suman las entidades encargadas en la promoción y divulgación y las entidades de vigilancia y control con un 21,74%, éstas últimas que fueron adicionadas, pues no fueron mencionadas en los casos de éxito analizados, deduciendo que la actividad de verificación es un requisito obligatorio que no genera un valor agregado, sino una limitante debido a la falta de procedimientos con carácter público (Cabezas et al., 2016).

Por otra parte, se encuentran las entidades encargadas de la financiación y los ejecutores de política que aunque participan en una menor proporción, hacen posible la internacionalización al permitir asumir riesgos en mercados externos (Sun et al., 2019), con

un crecimiento sostenido a nivel financiero (Franco y Urbano, 2019) y su incremento en la participación (Escandón et al., 2013; Procolombia, 2014; Velásquez et al., 2015; Azuero et al., 2020).

En particular, se debe mencionar a la Dirección de Impuestos Nacionales, la cual tiene la responsabilidad en materia tributaria y arancelaria (Baena et al., 2018, González-Díaz et al., 2018; Lechuga-Cardozo et al., 2016), factores que fueron detectados por las empresas como una limitante al proceso soportado en una calificación baja, dado que no existe una guía en materia arancelaria y tributaria; además por el constante cambio, se requiere una capacitación por parte de los gerentes que no cuentan con un área de exportaciones, además de la falta de redes y de la generación de un valor agregado que sea valorado en los mercados internacionales (Anzo et al., 2014).

| VARIABLES INTERNAS | | | |
|--|---|--|--|
| Alta | Medio | Bajo | No evidenciable |
| Gestión del conocimiento (15), talento humano (10), desconocimiento de los mercados (8). | Falta de canales de comercialización (5), logística (5), informalidad de la labor (4), capacidad directiva reducida y falta de experiencia(4) | Creatividad e innovación (2), falta de procedimientos (2), falta de capital social y relación (2), producción (2) | Costos, infraestructura, segundo idioma, personal y capital, falta de estructura organizacional, cultura organizacional que dificulta el proceso. |
| VARIABLES EXTERNAS | | | |
| Baja competitividad (10), financiación(9) | Desconfianza hacia la institucionalidad(6), falta de voluntad política(5), falta de asociatividad (4) | Desconocimiento del régimen cambiario y arancelario (3), mecanismos de pago (3), normatividad de la creación de empresa (3), desconocimiento del derecho internacional (2), tramitología (2) | Desprotección de la propiedad intelectual, impuestos, saturación del mercado, muchos sustitutos, altos costos de intermediación, difíciles condiciones de ingreso. |

Tabla 4. Evaluación de la respuesta del marco institucional frente a las limitantes de la internacionalización (internas y externas)

Fuente: elaboración propia con información reportada en casos de éxito en internacionalización publicados en revistas indexadas.

El marco institucional desde su oferta web funciona como un repositorio de documentos que brindan información para soportar los procesos de internacionalización, que exigen tiempo, pericia y experiencia para el aprovechamiento y cómo se ha detectado los directivos de las PYMES no conocen la normatividad y el proceso para la internacionalización (Mesa et al., 2012; Cámara de Comercio de Barranquilla, 2016; González et al., 2018); Por lo tanto, la organización y el uso de una interfaz que permita la accesibilidad garantizará que los recursos puedan ser aprovechables y vinculables a la capacitación del talento humano y en general, mejorar la capacidad interna (Baena et al., 2018).

Asimismo, los casos de éxito mencionan los impulsores que contribuyeron a la internacionalización de la empresa o el sector, en donde la tecnología es relevante, la cual es entendida como las mejores formas de producir y gestionar, como en el caso de las 18 PYMES que lograron implementar la estrategia internacional (Bermúdez y Franco, 2018), agilizar los procesos para diferenciarse de sus competidores (Miranda et al., 2020), realizar la transferencia de conocimiento (Franco y Urbano, 2019), potencializarse como una compañía born global (Castillo et al., 2013) y modernización de los procesos (González-Díaz et al., 2018), impactando en la innovación de productos, servicios y procesos de negocio (Bagheri et al., 2019).

En contraste, la oferta institucional tiene una propuesta que contribuye al ejercicio gerencial desde el pensamiento estratégico como se puede evidenciar en la Tabla 5, lo cual requiere de las competencias del gerente, con el fin de hacer uso de la información sectorial para soportar la toma de decisiones. Adicionalmente, la negociación internacional busca potencializar la asociatividad, por medio de los clústeres (Aranda-Camacho et al., 2019), las alianzas estratégicas (Mamédio et al., 2019), la integración a las cadenas de valor a nivel mundial (Velásquez et al., 2015; Díaz et al., 2019) y los acuerdos que permiten el ingreso a los mercados internacionales (Cazallo-Antúnez, 2017).

| Impulsores internos | | | |
|--------------------------------|---|---|--|
| Alta | Medio | Bajo | No evidenciable |
| Pensamiento estratégico (12) | Directivo con experiencia y formación (3), tecnología (2) | Marca (1), orientación al cliente internacional (1) | Área de comercio exterior |
| Impulsores externos | | | |
| Negociación internacional (14) | Tratados comerciales y acuerdos TLC (6), alianzas y cooperación (2) | | Competidores, localización, ventaja de localización geográfica, concentración del mercado. |

Tabla 5. Evaluación de la respuesta del marco normativo para mantener y potenciar la competitividad los impulsores de la internacionalización

Fuente: elaboración propia. Análisis semántico con información reportada en casos de éxito en internacionalización publicados en revistas indexadas en contraste con observación de la oferta web.

El acercamiento a las necesidades de las empresas en materia internacional permitirá demostrar la voluntad política para apoyar a los sectores que tienen potencial (Manquillo, 2019), reducir la desconfianza hacia la institucionalidad (Aranda-Camacho et al., 2019), la articulación de los datos e información desde un enfoque orientador (Díaz et al., 2017), así como potencializar a las empresas desde una visión gerencial para la internacionalización interna, lo cual no solo es el desarrollo de la actividad transaccional en el mercado

internacional (importación y exportación), sino el aprendizaje y la consolidación del negocio en un mercado doméstico, referenciando en mercados competitivos (Zapata et al., 2013), que les permita fortalecer sus procesos internos y tener un apalancamiento financiero (Ochoa et al., 2011), además de evitar que la internacionalización sea un acto intuitivo, sino la sumatoria de decisiones con fundamento en un ecosistema empresarial que promueve la libre competencia (Cepeda-Palacio et al., 2017) y permite mejorar la competitividad del país no solo como una marca (Ojeda et al., 2018), sino por la especialización y su real transformación productiva.

Una de las causas de la desarticulación del marco institucional es la insuficiente relación Estado-empresa (Ardila et al., 2019), que solo se ha definido por la afinidad sectorial y la negociación particular para favorecer a ciertos sectores o entidades y no concertada en pro del beneficio común (Echeverría et al., 2019). Por otra parte, existe un círculo nocivo de culpabilidades, en donde se define que las empresas no poseen una vocación exportadora; sin embargo, el ecosistema es confuso y con contradicciones, además de no proporcionar guías que partan desde un modelo Uppsala para prepararles para la internacionalización (Caldas, 2016) y que les permita aún ser competitivas en su mercado doméstico frente a la llegada de competidores extranjeros o su ubicación en las cadenas de producción a nivel mundial (Landau et al., 2016; Child et al., 2017; Ochoa, et al., 2017), para lo cual se encontró que debe acceder y promover la participación y consulta a la oferta exterior supranacional.

CONCLUSIONES

La estrategia internacional es la combinación entre factores internos y externos que deberá estar soportada por una política horizontal de comercio exterior que garantice la calificación del talento humano, el clima propicio para los negocios, un ámbito impositivo favorable, reglas de juego claras y estables y una política comercial que permita la competencia en los mercados domésticos; en todos los aspectos anteriores, el marco institucional tiene una injerencia directa, pues garantiza la formulación y la ejecución equitativa que permita superar los intereses sectoriales para un desarrollo empresarial equitativo, con orientación al servicio, con el fin de articular los recursos para la formación de directivos en la orientación internacional.

La oferta institucional para la internacionalización es muestra del concepto de una orientación netamente a lo transaccional (exportación-importación), cuando la internacionalización puede ser interna para el fortalecimiento de los procesos de negocio, la referenciación internacional, el aprovechamiento de las cadenas de valor a nivel mundial; lo cual implica desarrollar la capacidad a nivel directivo para hacer uso de la información y la oferta de servicios que como se evidenció puede apoyar limitantes de la internacionalización como la gestión del conocimiento, la capacitación del talento humano, el desconocimiento de los mercados, el financiamiento e incrementar la competitividad desde la capacidad

interna de la organización.

Es una prioridad fortalecer aspectos que responden a las limitantes externas como lo son la desprotección de la propiedad intelectual en el campo internacional, los impuestos, la saturación del mercado con muchos sustitutos, los altos costos de intermediación y las difíciles condiciones de ingreso al contexto internacional, pues las empresas se preparan para cumplir los requisitos nacionales, los cuales están lejos de cumplir los estándares internacionales y se convierte en un reproceso.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Militar Nueva Granada, por su apoyo por medio de la financiación en el proyecto de iniciación científica PIC- DIS-3305.

REFERENCIAS

Anzo, E., Estrada, L.M. y Tabares, S. (2014). La cooperación internacional en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas en Medellín: un estudio de caso comparado. *Estudios Gerenciales*, 30 (132), 314-324. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.001>

Aranda-Camacho, Y.V. Rodríguez-Borray, G.A. y Santacruz-Castro, A.M. (2019). Competitividad sistémica del Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL) de la piña de El Peñón (Departamento de Bolívar, Colombia). *Revista Agropecuaria*, 25 (49), 89-105.

Arteaga Ortiz, J. (2017). Manual de internacionalización: técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización. ICEX España, Exportaciones e Inversiones.

Azuero-Rodríguez, A.R., García-Solarte, M. y Salas-Arbeláez, L. (2020). Efecto de la responsabilidad social empresarial sobre el posconflicto colombiano: el caso de las pymes. *Revista Estudios Gerenciales*, 36 (154), 80-90. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3547>

Baena-Rojas, J.J., Campo, E.A. y Rojas, J.A. (2018). Metodología para la Selección de Mercados Internacionales: Un Análisis de Caso para la Exportación de Bebidas Carbonatadas. *Revista Dirección y Organización*, 66, 5-16. <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i66.532>

Bagheri, M.; Mitchelmore, S.; Bamiatzi, V.; Nikolopoulos, K. 2019. Internationalization Orientation in SMEs: The Mediating Role of Technological Innovation. *Journal of International Management*. 25(1):121-139. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2018.08.002>

Banco Mundial. (junio de 2020). Grupo de perspectivas. Perspectivas de la economía mundial. Recuperado de: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/33748/9781464815539.pdf>

Becerra, D. P. P. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento & gestión*, (28), 171-195. <http://ref.scielo.org/6t647f>

Bermúdez-Díaz, P. y Franco-Ángel, M. (coords.) (2018). Internacionalización de pymes colombianas. Experiencias con Alemania en el marco del Global Business Exchange Programme. Cali: Universidad de los Andes, Institución Universitaria ESUMER. <https://www.icesi.edu.co/editorial/internacionalizacion-de-pymes/>

- Cámara de Comercio de Barranquilla. (2016). Análisis del perfil de empresas Mipymes en el Departamento del Atlántico en 2016. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/19327/Perfil%20empresas%20mipymes%20del%20Atlantico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cabeza-Gil, R., Villegas-Vargas, M.A. y Iglesias-Navas, M.A. (2016). Factores que inciden en el éxito o fracaso en el proceso de exportación. *Investigación y Desarrollo en TIC*, vol. 7, (1), 86-98. <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/identico/article/view/2745>
- Caldas, G. E. N. (2016). La internacionalización de las empresas en Colombia. *Documentos de Trabajo (IAES, Instituto Universitario de Análisis Económico y Social)*, 4, 1-50.
- Cazallo-Antúnez, A.M., et al. (2017). Diagnóstico de las pymes colombianas exportadoras de los sectores de manufactura y comercio. *Revista Academia & Negocios*, 51-82. <http://hdl.handle.net/20.500.12442/2090>
- Cepeda-Palacio, S.D., Marín-Gómez, B.E. y Velásquez-Estrada, L.J. (2017). Análisis evaluativo de los procesos de marketing en la internacionalización de pequeñas y medianas empresas de alimentos de Medellín. *Estudios Gerenciales*, 33 (144), 271-280. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.06.006>
- Charles, W. L. Hill, (2011) *Negocios Internacionales. Competencia en el Mercado Global*. McGraw Hill.
- Chicaíza-Becerra, L., Riaño, M., Rojas-Berrio, S., Y Garzón, C. (2017). Revisión sistemática de la literatura en administración. *Documentos Escuela de Administración y Contaduría Pública FCECID*, 2, 1-18.
- Child, J.; Hsieh, L.; Elbanna, S.; Karmowska, J.; Marinova, S.; Puthusserry, P.; Tsai, T.; Narooz, R.; Zhang, Y. (2017). SME international business models: the role of context and experience. *Journal of world business*. 52(5):664-679. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.05.004>
- Collazos, M, García, J., y Montes, E. (2019). Las instituciones en el sector externo colombiano: ¿apoyo o escollo al comercio?. En García, J., Montes, E. y Giraldo, L. *Comercio exterior en Colombia, Políticas e Instituciones, costos y resultados*: 117-176. <https://www.banrep.gov.co/es/noticias-y-publicaciones/libros/comercio-exterior-colombia-politica-instituciones-costos-y-resultados>
- Consejo Privado de Competitividad. (2020). *Informe Nacional de Competitividad 2020-2021*. https://compite.com.co/informe/informe-nacional-de-competitividad-2020-2021/#cpc_breadcrumb
- Dini, M y Stumpo, G (2018). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Publicación de las Naciones Unidas. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2018. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44148-mipymes-america-latina-un-fragil-desempeno-nuevos-desafios-politicas-fomento>
- Díaz Vasquez, J., Ardila Lopez, C., y Guerra Aranguren, M. A. (2019). Case Study on the Eligibility of Colombian Hass Avocado in the US Market: Opportunities in East Asia. *Online Journal Mundo Asia Pacifico*, 8(14), 5-27. <https://doi.org/10.17230/map.v8.i14.01>
- Díaz, J. G., Dearco, E. O., & García, A. G. (2018). Estado actual de la internacionalización de las pymes del sector metalmeccánico de Cartagena. *Orbis: revista de Ciencias Humanas*, 14(41), 33-51.
- Echevarría, S. E., Salazar, I. G., & Mejía, F. J. (2019). 2. Cadenas globales de valor, crecimiento y protección arancelaria en Colombia. *Comercio exterior en Colombia Política, instituciones, costos y resultados*, 75.

Escandón Barbosa, D., Hurtado Ayala, A. y Castillo López, C. (2013). Dinámica de exportación de empresas globales nacidas en Colombia. *Revista Finanzas y Política Económica*, 5 (1) 121-150.

Franco-Ángel, M. & Urbano, D. (2019). Caracterización de las pymes colombianas y de sus fundadores: un análisis desde dos regiones del país. *Estudios Gerenciales*, 35 (150), 81-91. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.150.2968>

Frohmann, A.; Mulder, N.; Olmos, X.; Urmeneta, R. (2016). Internacionalización de las pymes: innovación para exportar. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40737#.XyGjS4YGvAQ>.

García, J. G., Collazos, M., & Uribe, E. M. (2015). Las instituciones en el sector externo colombiano: ¿apoyo o escollo al comercio?. Banco de la República Colombia. <https://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/6178>

González-Díaz, J., Ochoa-Dearco, E. & Cardona-Arbeláez, D. (2018). Estado actual de internacionalización de las pymes del sector metalmecánico de Cartagena. *Orbis, Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, (41), 33-51.

Johnson, S., & Scholes, K. Whittington, (2006) *Dirección estratégica*. Editorial Pearson.

Landau, C.; Karna, A.; Sailer, M. (2016). Business model adaptation for emerging markets: A case study of a German automobile manufacturer in India. *R and D Management*. 46(3):480-503. <https://doi.org/10.1111/radm.12201>

Lechuga-Cardozo, J., Cazallo, A. M., Olivero, E., y Derlis, E. (2016). Diagnóstico de las pymes colombianas exportadoras de los sectores de manufactura y comercio. Universidad Simón Bolívar, Barranquilla.

Mamédio, D., Rocha, C., Szczepanik, D., & Kato, H. (2019). Strategic alliances and dynamic capabilities: A systematic review. *Journal of Strategy and Management*. <https://doi.org/10.1108/JSMA-08-2018-0089>

Manquillo-Astaíza, N.A. (2019). La vulnerabilidad del sector artesanal colombiano en el ámbito nacional e internacional como 'negocio de conocimiento tradicional'. Estudio de caso: la denominación de origen artesanal 'Guacamayas' en el Acuerdo Comercial entre Colombia, Perú y la Unión E. *Revista la Propiedad Inmaterial*, 28, 167-209.

Mesa, J. F. B., Pareja, F. Á., & Gonzalez-Perez, M. A. (2012). Modelos de internacionalización para las pymes colombianas. *AD-minister*, (20), 63-90. <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/1343>

Miranda, P. P., Salazar-Araujo, E., Mendoza, Z. V. Á., & Cardona, J. O. (2020). Marketing digital, elementos de la cadena de valor generadores de competitividad del sector publicitario en Barranquilla, (Colombia). *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (E27), 201-212.

Ochoa Díaz, H., Correa Lenis, J. M., y Atehortúa Rizo, A. (2017). Proceso de internacionalización en el sector farmacéutico: el caso de la empresa colombiana Tecnoquímicas. *Estudios Gerenciales*, 33(145), 421-437.

Ochoa Díaz, H. y Ríos Millán, A. (2011). Liderazgo, la competencia esencial que transformó una empresa colombiana en un gigante internacional: el caso de Cementos Argos. *Estudios Gerenciales*, 27(121), 39–58.

Ossa, J. A. G., Vega, J. D., Concha, J. R., y Álvarez, S. O. (2019). Estructura gerencial internacional de las empresas en Colombia en el marco del modelo exportador y de liberación económica. *Universidad & Empresa*, 21(37), 52-75.

Ojeda, Robert, Perea, Mónica, y Puerto, Angie. (2018). Estrategia De La Internacionalización De Marca País En Colombia: Recorrido Histórico, Enfoques Y Teorías. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (4), 78-94.

Procolombia (2014). Diez pymes colombianas que se atrevieron a exportar en 2014. <https://procolombia.co/archivo/10-pymes-colombianas-que-se-atrevieron-exportar-en-2014>

Restrepo-Morales, J.A. y Vanegas-López, J.G. (2015). Internacionalización de las pymes: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa. *Contaduría y Administración*, 60 (4), 836-863. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2015.07.008>

Rosińska-Bukowska, M. (2019). Human Capital and Intellectual Capital in Modern International Business—Based on Studies of the Strategies of Transnational Corporations. *Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe*, 22(2), 141-158.

Santacruz Castro, A. M., Rodríguez Borray, G. A., y Aranda Camacho, Y. V. (2019). Competitividad sistémica del Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL) de la piña de El Peñón (departamento de Bolívar, Colombia). *Agroalimentaria*, 25(49).

Seni, D. A. (2013). *Analyse stratégique et avantage concurrentiel*. Presses de l'Université Québec. <https://www.puq.ca/catalogue/livres/analyse-strategique-avantage-concurrentiel-2383.html>

Sun, W., Price, J., y Ding, Y. (2019). The longitudinal effects of internationalization on firm performance: The moderating role of marketing capability. *Journal of Business Research*, 95, 326-337. DOI: 10.1016/j.jbusres.2018.08.014

Transparencia Internacional España. (2019). Índice de Percepción de la Corrupción (IPC). Recuperado de: <https://transparencia.org.es/indice-de-percepcion-de-la-corrupcion/>

Velásquez–Montoya, M., Robledo–Ardila, C., y Aristizábal–Uribe, E. (2015). Caso empresarial: La estrategia de crecimiento de Comercializadora Inducascos SA. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 25 (55), 171-183.

Villareal-Larrinaga, O. (2006). La estrategia de internacionalización de la empresa. Un estudio de casos de multinacionales vascas. [Tesis de doctorado, Universidad del País Vasco]. Repositorio Ehu.Eus. https://www.ehu.eus/documents/3020595/3024903/Estrategia_internacionalizacion_empresa_1.pdf

Yip, G. S. (2002). *Total global strategy II*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Zapata, L. F. B., Pérez, I. A. P., & Taboada, F. H. (2013). Gestión estratégica de las áreas funcionales de la empresa: una perspectiva competitiva internacional. *Revista de Investigación Desarrollo e Innovación: RIDI*, 4(1), 56-68.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Actividades lúdicas 80, 81, 82, 83, 85, 86, 88, 90, 91, 92, 93, 94

Análisis estructural 1, 4

C

Climatic comfort 65

Collaborators 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 238

Comercio 18, 55, 56, 57, 60, 98, 106, 108, 109, 110, 111, 112, 116, 117, 118, 120, 121, 125, 126, 127, 128, 129, 131, 132, 184, 185, 204, 242

Conectividad 134, 143, 156

Conversus 1, 3, 4, 5, 6, 7

Créditos formales 52, 53

Créditos informales 52

Cultural landscapes 65, 68

D

Divulgación científica 1, 2, 3, 4, 7, 8

E

Economía digital 97, 98, 99, 100, 101, 102, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 112, 113, 115, 116, 117, 118

Educación 2, 9, 10, 54, 62, 63, 97, 117, 138, 139, 140, 141, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 163, 164, 192, 196, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 249, 250

Educación superior 97, 139, 140, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 163, 164, 240, 242, 245, 250

Encuesta 10, 12, 17, 52, 56, 62, 90, 91, 92, 118, 237, 263, 264

Entorno 43, 53, 55, 81, 104, 120, 121, 124, 125, 185, 186, 191, 199, 201, 202, 203, 205, 223, 245, 251

Estrés 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 88, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96

Estudiantes chinos 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 248, 249, 250, 251

Estudios empíricos 120

F

Fraude 10, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 106

I

Identity 49, 50, 51, 65, 67, 68, 70, 79, 188, 234, 235, 237, 252

Inclusión 52, 61, 62, 63, 86, 134, 143, 184, 198, 201, 206, 259

Instituto Politécnico Nacional 1, 3, 186, 198

Integración 94, 109, 112, 120, 128, 157, 158, 183, 184, 204, 251

Internacionalización universitaria 240

Investigación 1, 2, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 19, 21, 22, 38, 40, 41, 42, 45, 47, 49, 53, 56, 58, 63, 86, 87, 94, 95, 96, 98, 99, 104, 105, 107, 112, 113, 116, 117, 121, 122, 126, 131, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 146, 147, 152, 156, 158, 160, 169, 180, 182, 185, 186, 187, 189, 207, 212, 244, 245, 251

J

Job Promise 25

M

Microempresarios 52, 53, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64

N

Negocios internacionales 120, 131, 159

Nueva educación 240, 249

O

Orden económico internacional 120

Organizational structure 25, 27, 34

P

Pandemia 87, 121, 195, 240, 242, 243, 244, 245, 247, 248, 249, 250

Participación 41, 48, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 88, 90, 91, 92, 93, 94, 99, 112, 115, 126, 127, 129, 138, 157, 194, 199, 206, 207, 243, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266

Plataformas digitales 97, 105, 113, 147, 151

Política comercial 120, 121, 126, 129

Polyfunctionality 24, 25, 26, 28, 29

R

Reconocimiento 1, 56, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 88, 90, 91, 92, 93, 155, 156, 158, 159, 183, 255

Revista de divulgación 1, 4, 8

S

Social architecture 65

Sustainability 26, 35, 51, 65, 226

T

Tecnologías de la información 97, 98, 102, 105, 108, 117, 154, 164


V

Validar 10, 94, 121

Versatility 24, 25, 26, 28, 35

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br


 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)


 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

3

 www.arenaeditora.com.br

 contato@arenaeditora.com.br

 [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)

 www.facebook.com/arenaeditora.com.br

IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

3