



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

¿Es la innovación elemental para facilitar los procesos de internacionalización?

Torres Daza Lady Lorena, Jiménez Quintero Luz Angélica, Estudiantes de Administración de Empresas, Universidad Libre, Bogotá D.C, en calidad de estudiantes de semilleros de investigación.

Ladyl.torresd@unilibrebog.edu.co
luzajimenezq@unilibrebog.edu.co

Resumen

La internacionalización y la innovación son dos ejes que han explicado los procesos de globalización que se generan en los mercados internacionales. Por tanto, el presente artículo tiene como objetivo reconocer de qué manera se articulan.

Para ello es preciso recurrir a las bases teorías que se han formado sobre cada una de ellas a lo largo de los años, pues de esta manera se tendrá pleno conocimiento de la dependencia que ejerce la una sobre la otra, y así mismo

se identificara su importancia para que los entes económicos logren una diferenciación en las actividades económicas y sociales que llevan a cabo y que por ende les permiten ser más competitivos para incursionar de manera exitosa en un mercado cada vez más exigente.

Palabras claves: Internacionalización, innovación, competitividad.

Abstract

Internationalization and innovation are two axis which explain the processes of globalization that are generated in international markets. Therefore, this article aims to recognize how are articulated.

This requires resorting to bases theories that have been formed on each along the years, because this way, full knowledge of the unit having the one over the other will be taken, and likewise are identified its importance for economic entities achieve differentiation in economic and social activities carried out and thus allow them to become more competitive to

penetrate successfully in an increasingly demanding market.

Keywords: Internationalization, innovation, competitiveness.

Introducción

Es evidente que el objetivo primordial tanto de las empresas como de los países es llegar a ser competitivos en los diferentes mercados, inicialmente de manera local y posteriormente a escala internacional; sin embargo adquirir esta característica implica un sin número de esfuerzos en donde es imprescindible que el factor humano tenga la disposición de llevarlos a cabo, es así como la competitividad es entendida como el factor determinante para emprender la internacionalización.

De igual manera, es importante mencionar que las ventajas competitivas son cruciales en dicho proceso, pues es gracias a ellas que se logra un posicionamiento en el mercado exterior.

Por otra parte, para lograr estas ventajas es pertinente que dentro de las actividades de los entes económicos mencionados, se incluya de manera permanente la innovación y que además,

esta sea concebida como la fuente principal para el progreso, y mejora de las personas implicadas en su desarrollo.

Así pues, se refleja la clara relación entre el proceso de innovación e internacionalización, en como el primero potencia e influye en la posibilidad de participación en mercados internacionales, que se satisfacen de manera diferente y más compleja a los mercados domésticos por las exigencias que ellos conllevan.

La innovación y la internacionalización, aspectos relevantes

Son muchos los autores que han abordado la innovación como eje central de desarrollo económico, todos ellos coinciden en que esta debe lograr beneficios a largo plazo, y ser difícil de igualar. De acuerdo a (Cornella, 2013) “La innovación consiste en generar ideas que sean convertibles en un producto, servicio o proceso que suponga un valor para los clientes o la sociedad, de manera que se consigan unos resultados (económicos y sociales) sostenibles en el tiempo”.

Por lo anterior, es comprensible que la innovación favorezca al desempeño ya sea de una organización o país en general; pues al incluirla dentro de sus actividades es posible trabajar en la consolidación de ventajas competitivas que se traducen en oportunidades para originalmente explorar mercados extranjeros y luego decidir si es conveniente o no explotarlos, es decir, incursionar en ellos.

No por nada uno de los objetivos más concretos de los entes económicos radica en conseguir participación activa dentro de mercados extranjeros que representen beneficios de cualquier índole para ellos; por esto, es preciso mencionar la innegable relevancia que las ventajas competitivas, (“Constituye un factor diferencial en las características de una empresa, un producto o servicio que los clientes, consumidores o usuarios perciben como único y determinante”) (Bravo, 1997), simbolizan al momento de emprender el curso de acción hacia la internacionalización. Entendida esta última como “Todo aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o

menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección internacional”. Root, Rialp (citado por Trujillo, Rodríguez, Guzmán, Becerra, 2006).

Ahora bien, es de suponer que estos dos conceptos deberían trabajarse de manera conjunta y no aislada como suele suceder en la cotidianidad del mundo empresarial, pues los entes económicos pretenden emprender procesos de internacionalización ayudados solamente de los factores productivos tradicionales (capital, tierra, trabajo) sin tener en cuenta a la innovación, que como lo menciono Schumpeter en su teoría de desarrollo económico hace parte de los factores intangibles (tecnología e innovación) que dan paso a la evolución económica, y que por tanto significan cambios notorios para determinado entorno.

Entre tanto, un aspecto que desmotiva la ejecución de proyectos encaminados a la innovación y por el cual los organismos se rehúsan a adelantar procesos de este tipo son los altos riesgos que se corren, pues no siempre resultan en casos

exitosos; sin embargo cabe resaltar que estos son mayores cuando no se tiene toda una estructura sistematizada que minimice el hecho de que la innovación se dé bajo la premisa de la incertidumbre.

Incertidumbre que no permite tomar las decisiones desde una perspectiva sustentada ya que no se cuenta con el suficiente conocimiento y experiencia sobre los mercados en los cuales se desea entrar; por consiguiente dificultaría el adelanto de una estrategia de expansión en pro de incrementar o mejorar el rendimiento.

Antecedentes y relación a través de diferentes perspectivas.

A lo largo de los años han sido muchas las teorías que se han elaborado en torno a estas temáticas, en donde los autores han intentado explicar en qué consisten estos fenómenos y en general qué elementos necesitan para que se lleven a cabo de forma idónea.

Así pues, inicialmente para la internacionalización se reconocen tres enfoques desde los que se han planteado diversas afirmaciones.

Uno de ellos, está orientado hacia lo económico que se distingue por ser "...una perspectiva puramente basada en los costes y en las ventajas económicas de la internacionalización". Hymer, Vernon, & Dunning (citado por Trujillo et al., 2006) . Con esto se infiere que uno de los principales elementos a tener en cuenta desde este punto de vista serán las economías de escala que se dan "cuando el coste total medio a largo plazo disminuye al aumentar la producción" (Krugman, Olney & Wells, 2008) de esta manera se obtiene una ventaja competitiva al disminuir los costos.

En este enfoque, es posible encontrar la teoría de la ventaja monopolística desarrollada por Kindleberger (1969) y Hymer (1976) que consiste como su nombre lo indica en tener una ventaja en determinada área de la organización, para que de esta manera se posicione por encima de sus rivales, destaque en el mercado en el cual se desenvuelve y tenga la posibilidad de incursionar en el extranjero ya que contara con las capacidades suficientes para estar a la altura de sus nuevos competidores.

Seguidamente, en la teoría de la internacionalización de Buckley & Casson (1976), se agrega que es propicio el determinar la conveniencia de explotar, ceder o alquilar los recursos con los que cuenta, en un territorio diferente al suyo; pues de no efectuar este análisis, la internacionalización no se justificaría teniendo en cuenta que los beneficios económicos a obtener no son razonables en comparación a la inversión que necesita para efectuarlo.

Después en el “Paradigma ecléctico de Dunning”, el autor retoma lo indicado en las dos teorías mencionadas anteriormente; añadiendo además que los directivos deben evaluar la concordancia del modelo de negocio con sus propósitos para realizar inversión en el extranjero.

Ahora bien, en el Diamante de la competitividad, Michael Porter resalta que las ventajas competitivas provienen de la correcta utilización de los factores avanzados, aquellos que requieren voluntad y esfuerzo para ser adquiridos, quienes a su vez contienen a los factores especializados; solo logrados por algún sector económico determinado, afirmando que “solo los factores

avanzados y especializados contribuyen a la creación de la ventaja competitiva de un país, ya que son los más difíciles de copiar e imitar por otras naciones” (Cardozo, P. , Chavarro, A. & Ramírez, C, 2005-2006)

De esta manera, los entes económicos se ven obligados a incluir la innovación a lo largo de sus actividades, por tanto la posibilidad de subsistir en un medio cada vez más competitivo será más alta; persuadiéndolos así a emprender proyectos innovadores que en la medida de posible los posicionen como un referente de creatividad, calidad y trabajo arduo.

Es importante traer a colación el concepto desarrollado por Schumpeter, reconocido como la “Destrucción creativa” el cual “se refiere a que para crear algo nuevo es necesario destruir parte, gran parte o la totalidad de lo viejo” (Berumen, 2008), en otras palabras indica que a medida que el mercado admite una innovación propuesta por un ente concreto, se asume que la demanda de sus competidores irá en decline, si estos no asumen una visión innovadora; desde el pensamiento de Drucker, las innovaciones no destruyen

los negocios tradicionales sino que abren más campos de acción a los mismos.

Por otra parte, el segundo enfoque de la internacionalización es hacia el proceso, caracterizado por ser un “mecanismo de compromiso incremental de aprendizaje basado en la acumulación de conocimiento (experiencia-experimentación) y el incremento de recursos comprometidos en los mercados exteriores” (Cardozo, P et al., 2005-2006), es aquí donde se destaca como al seguir etapas precisas se avanza hacia el objetivo de conquistar mercados internacionales. Para lo cual se han elaborado diferentes modelos que en últimas brindan apoyo para encaminar toda una organización hacia la consecución efectiva de este proceso.

Desde este enfoque el “Modelo Uppsala” señala que la inversión es directamente proporcional a la experiencia y conocimiento que se tiene en dicho mercado. Un aspecto clave aquí, es la denominada distancia psicológica en donde los países que se proyectan internacionalmente lo hacen inicialmente en territorios que presentan similitudes a ellos, pues este hecho facilita la incursión

y penetración en los sectores que son de interés.

Así mismo, tanto la innovación como la internacionalización requieren de una estructura para que se tenga control sobre las acciones que se realizan; y por el contrario no se den de manera esporádica, hecho que aumenta el riesgo y la incertidumbre. Dicho así Vernon en el “Modelo de ciclo de vida del producto” indica cuatro fases (introducción, crecimiento, madurez y decline) por las que atraviesa el producto dependiendo de las condiciones de mercado y la utilización de los factores de producción; mientras que para la innovación Cornella expresa que esta va ligada a la aceptación por parte de los grupos de interés y así consecuentemente se desarrollan estrategias para su consolidación.

Paulatinamente, el último enfoque al que se refieren las teorías de la internacionalización está dirigido hacia las redes, en donde “explican el proceso de internacionalización como un desarrollo lógico de redes organizativas y sociales de las empresas” (Cardozo, P et al., 2005-2006), es decir que las oportunidades de expansión de un ente

económico se dan por medio de los contactos estratégicos que se tengan en el territorio extranjero que se quiera abordar. Entonces, se evidencia la importancia de crear y establecer alianzas estratégicas que representen situaciones de provecho para ambas partes y que además, complementen y ayuden a perfeccionar nuestro conocimiento del negocio desde otros puntos de vista.

No obstante, existen organizaciones que prescinden de un proceso de internacionalización debido a que se conciben baja el estándar de organizaciones internacionales, estas son las denominadas “Born Global”, que por el sector de la industria en el cual se ubican cuentan con mayores oportunidades de esparcimiento, tales como las dedicadas a la parte tecnológica y artesanal.

Elementos que actúan en los procesos de la innovación y la internacionalización

Eventualmente, estos procesos se valen de diferentes elementos para que con su interacción se generen resultados positivos para los implicados en cuestión. Es posible extraer de lo

mencionado anteriormente que el factor humano es determinante, pues finalmente sobre el recae la responsabilidad de planear, ejecutar y evaluar las estrategias que conduzcan a la empresa al logro de sus objetivos y que a su vez le permitan diferenciarse en un medio cada vez más saturado con propuestas similares.

De forma semejante, el uso adecuado de las herramientas tecnológicas y científicas acrecientan los alcances de cualquier tipo de proyecto de inversión que se quiera realizar, pues de esta manera se trabaja bajo los estándares que son exigidos para irrumpir internacionalmente.

Sin embargo, cabe destacar que la tecnología por sí sola no representa la efectividad de la propuesta, porque requiere de una continua investigación del entorno tanto interna como externa que soporte las razones por las cuales se va a implementar. Todo ello encausado hacia la construcción de ventajas competitivas que ofrezcan una ubicación privilegiada frente a su contendiente. Y por consiguiente brinde seguridad a la compañía y grupos con los que interactúa, claro está, seguridad no debe

ser sinónimo de confort; teniendo en cuenta que el entorno constantemente está cambiando, y por tanto se hace necesario estar en continua actualización.

Todos estos elementos contribuyen a la consolidación de un agente económico competitivo capaz de afrontar los diferentes retos que la internacionalización trae consigo.

Transcendencia de la innovación en el proceso de internacionalización

Siempre que se habla de innovación se piensa que esta requiere de innumerables recursos para llevarla a cabo, esto a su vez es tomado por muchos como un obstáculo que impide tomarla en cuenta como elemento decisivo en el reforzamiento de fortalezas propias de los organismos económicos y como fuente de oportunidades hacia el crecimiento de los mismos, pese a ello proyectos novedosos son puestos en marcha con la idea materializada en su más simple expresión.

Ahora bien, hoy en día la innovación no es un factor excluible pues es esencial en la búsqueda y utilización de

alternativas que permitan transformar las diversas áreas que comprende una organización; en el Manual de Oslo son señalados cuatro tipos de innovación, los primeros y más comunes, son en el producto y proceso, en ellos generalmente se concentran las investigaciones para enriquecer la propuesta de valor que ofrecen al consumidor final.

Seguidamente se encuentran el área comercial que “Es la introducción de un nuevo método de comercialización que entrañe importantes mejoras en el diseño o presentación del producto, en su posicionamiento, en su promoción o en su precio.” (OCDE, 2005).

Y la organizativa, “Es la introducción de un nuevo método de organización aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas de la empresa” (OCDE, 2005), las cuales a menudo no son percibidas como viables para innovar, por la dificultad que implica; sin embargo si se llegan a dar complementan el alcance de las primeras.

En la medida que una organización adquiere y perfecciona el hábito de

innovar (en cualquiera de estos campos que se esperaría fuera en todos) hasta convertido en un ejercicio metódico y de continua actualización, adquiere experiencia que posteriormente lo hará capaz de prever y generar cambios en el entorno. Cambios que inclusive podrían trascender fronteras, gracias a la internacionalización pues finalmente, es a través de ella que las empresas pueden llegar e impactar en un entorno diferente al suyo. En este proceso también se verán beneficiadas ya que tienen acceso a información y conocimientos que podrían ser útiles para aplicar en la industria en la cual se desenvuelven.

El desafío de enfrentar mercados internacionales

El simple hecho de mencionar la internacionalización, genera gran impacto debido a que esta palabra en si misma ya involucra un reto, que incluye además una nueva y todavía más ampliada apreciación del entorno pues involucra ir más allá de lo conocido. De allí que conlleve a un mayor grado de responsabilidad por parte de las entidades que quieran arriesgarse con ella.

Además de esto, en la actualidad las barreras de entrada a un país extranjero no son tantas ni tan rígidas; por lo cual se impulsa a que las empresas de determinado país se formulen como un objetivo más el entablar relaciones sólidas y duraderas que les permitan explotar el potencial que tienen sus ventajas competitivas pero ahora empleadas en nuevas regiones.

Como es de entender este proceso no es para nada fácil de lograr y mucho menos sin que se tengan elementos que jueguen a favor, a la hora de enfrentarse a un mercado lleno de competidores que si adelantan proyectos ambiciosos y que tienen el objetivo de consolidarse en el punto más alto.

Conclusiones

Es adecuado concluir que en definitiva la innovación aún no se ha entendido como un propulsor de gran alcance que facilita que se dé la internacionalización; para que esta no solo tenga una mayor trascendencia, sino que además sea contundente en el logro de sus objetivos.

Por lo tanto, todas las empresas deberían enfocarse en el entorno para el desarrollo novedoso de sus actividades,

pues es allí donde se producen las oportunidades, y se establecen escenarios en donde es posible convertirlas en proyectos potencialmente realizables.

Además se resalta la importancia de que estos dos procesos se den de forma sistemática y conjunta, no esporádica o intuitivamente, pues así se disminuye el riesgo y de alguna manera se genera control sobre las actividades.

Finalmente, La innovación sirve como una fuente que presiona a los empresarios a buscar maneras de mejorar sus actividades con el fin de no permitir la desaparición de sus empresas por falta de procesos de innovación en ellas.

Al entender esto, es cuando la visión cambia, ya no importa solo subsistir en el medio; si no sobresalir en el mismo y de ser posible estar en capacidad de asumir un nuevo reto como lo es la internacionalización.

Fuentes Consultadas

Berumen, S (2008). Cambio tecnológico e innovación en las empresas. Pozuelo de Alarcón (Madrid), España: ESIC Editorial

Bravo, J (1997). La ventaja Competitiva. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos S.A

Cardozo, P., Chavarro, A. & Ramírez, C (2005-2006). Teorías de internacionalización. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4780130.pdf>

Cornella, A (2013). Ideas x Valor = Resultados. Barcelona, España: Editorial Infonomía Zero Factory S.L

Krugman, P., Olney, M. & Wells, R (2008). Fundamentos de Economía. Barcelona, España: Editorial Reverté S.A

OCDE (2005). Manual de Oslo. Recuperado de https://www.uam.es/personal_pdi/economicas/palomas/Traduccion%20%20espanola%20del%20Manual%20de%20Oslo.pdf

Trujillo, M., Rodríguez, D., Guzmán, A. & Becerra, G (2006). Perspectivas Teóricas sobre Internacionalización de Empresas. Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf;jsessionid=26B7E77196FCDEB7A7D980352BCF871E?sequence=1>

