

**BORN GLOBALS: CONVENIENCIA DE DEFINICIÓN DE DETERMINANTES PARA
UN PAÍS LATINOAMERICANO: COLOMBIA**

**BORN GLOBALS: CONVENIENCE OF DEFINITION OF DETERMINANTS FOR A
LATIN AMERICAN COUNTRY: COLOMBIA**

**BORN GLOBALS: COMODIDADE DA DEFINIÇÃO DE DETERMINANTES PARA
UM PAÍS LATINO-AMERICANO: COLOMBIA**

Jose Luis Garcés Bautista; Sofia Estellés Miguel; Jaime Enrique Sarmiento Suarez; Marta Peris
Ortiz; Gladys Mireya Valero Córdoba

Magister en Gerencia de Negocios, Universidad Industrial de Santander, Colombia. Docente Programa de Administración de Empresas, Universidad Autónoma de Bucaramanga. ORCID: 0000-0003-2713-2719. E-mail: jgarces2@unab.edu.co, Colombia.

Doctora en Ingeniería Industrial, Universidad Politécnica de Valencia, España. Docente Departamento de Organización de Empresas, Universidad Politécnica de Valencia. ORCID: 0000-0001-6119-373X. E-mail: soesmi@omp.upv.es, España.

Doctor en Gestión de la Tecnología y la Innovación, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia. Docente Facultad de Administración de Negocios Internacionales, Universidad Pontificia Bolivariana. ORCID: 0000-0003-0313-5675. E-mail: jaime.sarmientos@upb.edu.co, Colombia.

Doctora en Organización de Empresas, Universidad de Valencia, España. Catedrática Departamento de Organización de Empresas, Universidad Politécnica de Valencia. ORCID: 0000-0002-7912-7033. E-mail: mperis@doe.upv.es, España.

Doctora en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Politécnica de Valencia, España. Decana Escuela de Economía, Administración y Negocios, Universidad Pontificia Bolivariana. ORCID: 0000-0001-9733-5306. E-mail: gladys.valero@upb.edu.co, Colombia.

Recibido: 16 de febrero de 2022

Aprobado: 09 de mayo de 2022

DOI: <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.199>

Resumen

Este estudio se centra en indagar las diferentes características de las Born Global en Colombia y su convergencia con las determinantes de una empresa exportadora. Como revisión metodológica se realiza una búsqueda de datos en bases académicas y científicas tales como Scielo, Redalyc y Google Scholar; donde en primera instancia se muestre un enfoque de los casos reportados en Colombia con temática de Born Global, luego presenta un enfoque desde la innovación y el desarrollo, para culminar con la selección de determinantes para una innovación empresarial en empresas con operación internacional. Como primeros resultados se evidencia que las Empresas Nacidas Globales tienen una alta correlación entre el desarrollo e innovación empresarial en cuanto a uno de los pilares fundamentales basados en el Manual de Oslo, el cual se atiende a productos innovadores, de alto nivel y que cumplen con características de las necesidades en el mercado internacional.

Palabras clave: casos de estudio; desarrollo empresarial; globalización; innovación empresarial; operación internacional.

JEL: F15; F23; F63; M13; M16

Abstract

This study focuses on investigating the different characteristics of the Born Global companies in Colombia and their convergence with the determinants of an export company. As a methodological review, a data search is carried out in academic and scientific bases such as Scielo, Redalyc and Google Scholar; where in the first instance an approach to the cases reported in Colombia with the theme of Born Global is show, then it presents an approach from innovation and development, to

culminate with the selection of determinants for business innovation in companies with international operation. As first results, it is evident that the Global Born Companies have a high correlation between business development and innovation in terms of one of the fundamental pillars based on the Oslo Manual, which deals with innovative, high-level products that comply with characteristics of the needs in the international market.

Keywords: study cases; business development; globalization; business innovation; international operation.

JEL: F15; F23; F63; M13; M16

Resumo

Este estudo se concentra em investigar as diferentes características do Born Global na Colômbia e sua convergência com os determinantes de uma empresa exportadora. Como revisão metodológica, é realizada uma busca de dados em bases acadêmicas e científicas como Scielo, Redalyc e Google Scholar; onde em primeiro lugar é apresentada uma abordagem aos casos relatados na Colômbia com o tema Born Global, em seguida apresenta uma abordagem desde inovação e desenvolvimento, para culminar com a seleção de determinantes para a inovação empresarial em empresas com operações internacionais. Como primeiros resultados, fica evidente que as Global Born Companies têm uma alta correlação entre desenvolvimento de negócios e inovação em um dos pilares fundamentais baseados no Manual de Oslo, que trata de produtos inovadores, de alto nível e que atendem às características do necessidades do mercado internacional.

Palavras-chave: casos de estudo; desenvolvimento empresarial; globalização; inovação empresarial; operação internacional.

JEL: F15; F23; F63; M13; M16

Introducción

El tejido empresarial colombiano, presenta un crecimiento del 9,3% para el primer trimestre de 2021 acorde con datos suministrados en el Registro Único Empresarial y Social - RUES. El informe global plan Santander (2020) presenta un decrecimiento de las exportaciones Colombianas en un -21,4% con afectación en productos petroleros y manufactureros. Los departamentos que

más importan son Antioquia con 3.035 millones de USD, Bogotá con 2.248 millones de USD, Valle con 1.749 millones de USD, Bolívar con 1,391 millones de USD, Santander se ubica en la posición 11 con 296 millones de USD. Ahondando sobre la innovación empresarial, se encuentra que, según Palacio et al. (2017), las empresas continúan enfrentándose a muchos desafíos y pueden ser una de las causas fundamentales del fracaso empresarial, la innovación surge desde la creación del componente del Manual de Oslo, el cual, como objetivo define la naturaleza y la forma de la innovación. Este artículo revisa cada una de las cuatro innovaciones descritas en el manual. Concluyendo que el proceso de innovación es complejo, su implementación es esencial para la supervivencia de la empresa y que el producto, el proceso, la organización y el marketing están interrelacionados.

Estudios de la innovación empresarial en Colombia, presentan los siguientes contextos actuales: para Ararat y Camelo (2019), la innovación y el desarrollo de solo el proceso de construcción de la identidad corporativa en la ciudad de Medellín que es su caso de estudio, se basa en la búsqueda de personas de extraordinaria calidad con iniciativas emprendedoras "influyentes" sustentadas en la creación de sistemas de comunicación complejos y de orientación permanente, productos altamente innovadores permiten desarrollar ideas que faciliten a los emprendimientos tener una variedad de contextos, vistos desde lo organizacional, cultural e identidad. Continuando por Barona et al. (2015), en este artículo estudian si las empresas innovadoras tienen modelos financieros distintos a las empresas que no presentan innovación, concluyen que las principales fuentes de financiación de las empresas innovadoras son el capital y la deuda bancaria, lo cual hace que la inversión en I+D, se dé principalmente mediante recursos propios, lo cual es idóneo acorde con las teorías económicas. Del mismo modo, Hernández et al. (2016), de la región caribe colombiana, expresa que la innovación empresarial ha facilitado la creación de empresas pymes, fortaleciendo el empleo en la región y mejorando las previsiones en los sectores industriales y comerciales; a su vez, dicha innovación permite el crecimiento de nuevos mercados, clientes y proveedores.

A pesar de todo lo anterior, el emprendimiento colombiano se lleva a cabo de tal manera que satisfaga las necesidades y genere la oportunidad de encontrarse en el mercado local. Los emprendedores retrasan el escenario internacional hasta que su posición en el mercado nacional,

alto nivel de explotación y experiencia, surgen con la oportunidad en el mercado global. La innovación y el desarrollo permitirá mediante las Born Global fortalecer el tejido empresarial colombiano, posicionar las marcas nacionales en el mercado internacional e investigar las necesidades de un mercado global, pertinente y de alto nivel.

Metodología

Este estudio se basa en una búsqueda de información exploratoria de datos proporcionados por repositorios de revistas indexadas en Google Scholar, Scopus, Redalyc y Scielo y también presenta un enfoque cualitativo.

Los términos de búsqueda utilizados fueron:

- Ejemplo de empresa nacida en Colombia.
- Born Globals: estudios de casos.
- Nacimiento de una nueva empresa global.
- Innovación y Desarrollo Empresarial.
- Determinantes para una empresa exportadora

En la búsqueda inicial de información, se tomó como criterio los artículos y demás tipo de documentos con fecha de 2017 en adelante, y como indicador principal las palabras “Born Globals”, obteniendo como resultados lo siguiente:

Scopus: 168

Google Scholar (artículos de revisión): 269

Redalyc: 68

Scielo: 10

Para un total de 515 documentos. Después de realizar el cruce de información incorporando los otros términos de búsqueda antes descritos, se contó finalmente con un total de 50 documentos que sirvieron de base para el desarrollo del artículo.

Los resultados obtenidos son de artículos en revistas científicas, diversas tesis de maestría y doctorado. Basados en la información obtenida se analizan en función de la utilidad para este estudio.

Resultados

Las Born Global en Colombia

A finales de los 2000, surgen las empresas nacidas globales. Uno de los primeros casos registrados se da con Escandón (2009), cuyo estudio presenta factores que definen tendencias a la internacionalización temprana, lo cual se muestra de un modo que se ignore la existencia de mercados locales con gran capacidad productiva, haciendo de la distancia geográfica una variable de poca importancia, y la innovación y la tecnología cobran un papel relevante al momento de crear lazos con países industrializados. Después Fuerst (2010) presenta determinantes dentro de los cuales están: - Actividades sincrónicas que permitan predecir una estrategia de marketing a nivel global para generar ventajas comparativas en cuanto a cadenas de valor y logística. - Enfoque a mercados globales sin tener un nicho en una región específica. Y - Factores de globalización en cuanto a desarrollo y alta innovación de productos. Estas tres características se presentan en un estudio realizado para la empresa DEWAK, pues es la primera experiencia registrada como Caso en Colombia, el cual fue estudiada por diversos autores como: Maya y Fuerst (2011), quienes finalizan su estudio de la empresa en mención “DEWAK”, ampliando las determinantes para catalogarla como una empresa Born Global; dentro de lo encontrado, se concluye que el mercadeo mediante la metodología de voz a voz y el uso de plataformas tecnológicas le permitió posicionarse con clientes y generar atributos diferenciadores entre ellos, gracias a las exigencias del mercado internacional; Escandón et al. (2013) exponen un marcado contraste en su investigación de las dinámicas exportadoras de las Empresas Nacidas Globales, la principal determinante es la innovación tecnológica y todo lo que ello implica desde la competencia con productos innovadores y tecnología de punta. Su objetivo es la creación de valor fundamentado en el éxito que puedan constituirse en un mercado cada vez más exigente y exclusivo. Escandón et al. (2013), enfatizó

que esta apuesta dará un nuevo impulso a la internacionalización con emprendedores que sepan adecuarse a los mercados globales con el mejoramiento continuo de procesos y productos, los cuales sean el pilar primordial para que las Pymes creadas en ciudades capitales fomenten una oportunidad de expansión. Esta última se correlaciona con lo expuesto por Weerawardena et al. (2019), donde expresan que las capacidades de los empresarios de esta tipología de empresas desarrollan habilidades dinámicas para explotar las oportunidades y desarrollar productos innovadores, de alta tecnología y competitividad en el mercado internacional.

Escandón y Hurtado (2014), buscan la identificación de determinantes del proceso exportador en empresas Pymes con procesos de exportación temprana en Colombia, afirman que hay una influencia positiva entre las habilidades del empresario y el grado de internacionalización de una Born Global; dichas habilidades se evidencian desde la capacidad de respuesta en innovación, la edad, experiencia profesional, su formación y aversión al riesgo.

Por su parte, Díaz (2015) en su investigación del sector textil, identifica que los Tratados de Libre Comercio en adelante TLC, son primordiales en la actividad inicial empresarial con el aprovechamiento de erogaciones en aranceles, para posicionar sus productos en mercados internacionales. Tabares et al. (2015), identifican determinantes tales como:

- Capacidades de relacionamiento personal, habilidades estratégicas, alto conocimiento del mercado internacional, competencias idiomáticas de idiomas para el fortalecimiento de su día a día como empresario;
- Las experiencias en inmersiones internacionales, ferias y congresos que permitan la formación técnica en cuanto a procesos de globalización y emprendimiento;
- Visión global, para lograr un mejor desempeño profesional.

De igual manera, el estudio arrojó que se debe contar con altos procesos de innovación que contribuyan a la fidelización, confianza, empatía y trabajo colaborativo para una adaptación del Capital Estructural desde su entorno y frente al Capital Relacional, el cliente como eje céntrico mediante estrategias de diferenciación en cuanto a calidad del servicio, entregas eficientes y

calidad de producto, las cuales permitirán lealtad como cliente frecuente de la empresa en el largo plazo.

Manrique et al. (2017), contrastan emprendimientos exportadores de empresas colombianas y peruanas, concluyendo que el proceso en las primeras tienen una tendencia ventajosa debido que las peruanas no tienen visión global; de igual forma se evidencia que las barreras logísticas de las Pymes en Perú brindan más fortaleza competitiva para que los empresarios colombianos puedan responder al mercado internacional; de esta manera, se permite ver parte de la competitividad de los gobiernos frente al emprendimiento de las personas. Culminando con Neira y Reyes (2018) postulan que las pymes aun respondiendo al mercado local, pueden iniciar procesos globales dado que un mercado así sea definido como local, inicia su internacionalización de forma temprana sin implicar que no se permita responder a un mercado en el exterior.

Las características principales de las Born Globals en Colombia se resumen en la Tabla 1.

Tabla 1

Características de las Born Globals en Colombia

Habilidades del Emprendedor	Componente de la Empresa	Tipo de Producto
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado desde una visión global • Generar nichos internacionales • Capacidad de innovación • Formación profesional • Experiencia internacional • Habilidades personales • Competencias comunicativas en inglés • Capacidad relacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto componente tecnológico • Cadenas de valor • Redes sociales • Aprovechamiento de los tratados internacionales • Logística 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos Tecnológicos • Pymes de diseño y publicidad • Sector textil

Fuente: Elaboración Propia.

Determinantes para una empresa exportadora

El interés en la búsqueda de oportunidades reales a nivel de comercio internacional juega un papel importante, puesto que los empresarios cada vez más buscan participación y reconocimiento y ven que la actividad global puede responder a estas oportunidades, ya que no basta solo con la búsqueda de un mercado sino también factores más indirectos como practicar idiomas extranjeros o participar en ruedas de negocios (Pidduck et al., 2020).

Para la evidencia empírica de los determinantes de empresas con experiencia exportadora o de actividad internacional, se presentan los siguientes casos, en los cuales se definen características propias adoptados en estudios realizados.

Calix et al. (2015) realizaron un estudio de 112 empresas exportadoras Hondureñas de todos los sectores económicos, en el estudio se definieron variables como el capital intelectual, la antigüedad, el tamaño de la empresa y las necesidades normativas de exportación, arrojando como resultados positivos que estas tres variables son determinantes para el desarrollo de una ventaja competitiva dentro de las empresas en mención, estas variables son corroboradas por Lupiáñez et al. (2017) donde se evidencia que el capital intelectual en pequeños emprendedores son determinantes para el desarrollo empresarial, la innovación y la competencia.

Por su parte, García y Valdés (2015) realizaron un estudio de determinantes para una Born Global: Caso Valle, Ballina y Fernández S.A. empresa familiar de alta trayectoria en Asturias - España. Allí se concluye que: 1. La estrategia de crecimiento de la empresa puede facilitar a una empresa Born Global en la internacionalización rápida. 2. Ampliar el mercado geográfico, internacionalizar su cadena de valor y diversificar el producto conllevan a evolucionar su emprendimiento internacional. 3. El compromiso financiero para lograr el punto anterior es una característica principal, pues a la empresa en mención atrajo inversionistas y capital externo que le inyectara para lograr la estrategia. A su vez, citando a Amorós et al. (2016), en un estudio realizado a 374 emprendedores con internacionalización temprana de nuevas empresas en Chile, se presentan factores relacionados dentro de los que se destacan: 1. La tecnología utilizada por la empresa es un factor importante en la motivación de los empresarios. 2. La creación de nuevos o mejoramiento

de sus productos o servicios, están directamente relacionados con este tipo de emprendedores. 3. Aquellos que han visto oportunidades de crear empresas para internacionalizarse tienen un 10% más de probabilidad de hacerlo que aquellos que ven solo oportunidades en mercados locales. 4. La experiencia internacional no es un determinante para los empresarios pues reconocer las oportunidades del mercado global se puede aprovechar de cualquier modo. 5. La estrategia de diversificación en cuanto a la novedad de un producto ya en el mercado no es significativa, no obstante introducir procesos, productos o gestiones administrativas, así como centrarse en las necesidades de clientes de talla mundial podría llegar a ser un diferenciador clave. 6. Las empresas con alta inversión en novedad tecnológica y pronta (menores a 5 años) aumentan la probabilidad de convertirse en internacionales. 7. El nivel educativo del gerente se relaciona positivamente con redes personales y profesionales para el logro de una internacionalización pronta. Finalmente, 8. La variable de localización demográfica de las empresas no es una característica fuerte pues las oportunidades de internacionalización temprana se orientan más hacia las que operan en lugares de zonas francas y puertos que en grandes urbes.

Los determinantes presentados, tienden a agruparse a conveniencia del investigador, de esta forma, señala Espejo et al. (2016), pueden centrarse de dos maneras, internas y externas, en su estudio estos factores se agrupan en características de la empresa, de la gerencia y sus percepciones; los primeros cuentan con características como tamaño, las cuales es de suma importancia en el proceso exportador, le sigue diferenciación, el cual no fue relevante en su estudio, sin embargo, comentan que debe tener relevancia si se quiere generar una ventaja competitiva en la expansión del mercado. Con respecto a las características de gestión con variables como la edad, el nivel educativo y el idioma, no fueron determinantes para la creación de internacionalización de una empresa; por último, la característica de conocimiento internacional presenta un fuerte arraigo en relación al efecto del comportamiento del emprendedor en su experticia como exportador. Finalmente, las percepciones de los exportadores fueron que el salir a mercados internacionales mejoran la posición competitiva de sus empresas en cuanto a recursos, procedimientos y conocimientos utilizados en sus gerencias.

Escandón y Hurtado (2017) clasifican estas determinantes en el compromiso exportador, el cual está compuesto por 5 variables (usando como metodología las redes neuronales) las cuales son:

Recursos Financieros Propios, Recursos Humanos, Recursos Financieros Externos, Actitud al Riesgo y Capacidad de Gestión. Estas variables fueron medidas a 306 empresas exportadoras colombianas encuestas en el 2012 realizada por ANIF en el segundo semestre del año. Los resultados obtenidos en las características presentan un dinamismo claro en factores como los recursos financieros propios y externos, pues estos ayudan al impulso del crecimiento de las Pymes exportadoras; el nivel de experiencia del exportador influye en el compromiso que muestra, esta es una característica que enfocada al recurso humano y la actitud al riesgo está por encima de esta experiencia, arrojando una relación alta en ser determinante clara al momento de internacionalizarse. Finalmente, en relación a la capacidad de gestión, los autores consideran que se debe realizar planes donde los empresarios exportadores puedan reconocer sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para encararse al mercado internacional.

Por su parte, La Fundación Internacional Unión Europea, América Latina y el Caribe (EU-LAC) (2017) concluyen que la experiencia internacional es relevante como característica de una empresa con operación global temprana, pues plantean que el empresario debe conocer su entorno, su riesgo y sobre todo reconocer oportunidades de negocios. De igual forma la audacia, perseverar, aprender de la experiencia, confiar en sí mismo y mostrar solidez frente a los socios y clientes, son determinantes claves. Finalmente, recomiendan: 1. el exportador debe tener competencias en formación e idiomas para hacer negocios a nivel internacional. y 2. Los gobiernos deben implementar políticas públicas para impulsar la internacionalización de las Pymes.

Y es que los determinantes para Mora et al. (2017) se presentan acorde con la frecuencia de exportación, aquellos que de manera continua han realizado estos procesos de internacionalización tienen un impacto mayor en lo concerniente a relaciones con clientes, alianzas y gestión de recursos para maximizar sus ganancias; la experiencia en esta categoría presenta una mejor comprensión y conocimiento del entorno externo y ganan habilidades de negociación con una adecuada gestión del riesgo. Los gerentes presentan una mayor participación y compromiso en sus decisiones pensadas al largo plazo, el know-how como innovación permite una apropiada experiencia en la toma de decisiones correctas orientadas hacia el mercado internacional.

Niembro (2017) presenta un estudio para empresas exportadoras de servicios intensivos en conocimiento, el estudio realizado en América Latina realiza un análisis a los clústeres para identificar características, patrones o procesos empresariales en cuanto a las determinantes en competitividad. En total se analizaron 69 casos (23% de Argentina, 19% de Colombia, 14% de México, 13% de Uruguay, Chile con el 9%, Costa Rica 6% y el restante de otros países de la región con el 16%); los resultados obtenidos muestran que las empresas más grandes y de edad avanzada tienen oportunidades de exportación por su trayectoria; otra variable importante es el aspecto de infraestructura de telecomunicación como aspecto relevante para la operación; de igual forma, otros factores notables están compuestos por variables tales como el contexto macroeconómico, la marca país y el resguardo de propiedad intelectual; el huso horario es el factor con menor proporción e importancia en las empresas de estudio; las políticas públicas que propendan a promover y apoyar al sector exportador deben ahondar más a las pequeñas empresas y con mejor experiencia que las que ya operan internacionalmente. Por su parte Cos et al. (2019), realizaron un estudio con 1300 empresas exportadoras españolas, los resultados de las determinantes en su modelo estuvieron divididos en un 74.5% de Pymes y el 25.5% de grandes empresas; las características de estas empresas se enuncian a continuación: 1. en factores internos como tamaño, edad y participación extranjera es un factor determinante en su capital aportado, de igual manera la inversión en investigación y desarrollo, innovación y publicidad como componentes importante dentro de la organización es relevante para la operación internacional y 2. las empresas medianas y grandes tienen mejor disposición a la internacionalización que las pequeñas. Y es que para Lejpras (2019) en su estudio de 4.347 empresas del oriente de Alemania concluye que los uno de los determinantes más importantes en la exportación entre una Pymes de servicios y una manufacturera es el conocimiento del país de destino. Para las primeras es relevante conocer el mercado y la participación estrecha y recurrente con clientes, mientras que para las segundas es la innovación en productos, procesos y patentes; de igual manera, las empresas de servicios presentan operaciones de exportación menor que las empresas manufactureras dado que los servicios no son tan comerciales en los mercados internacionales; la cualificación de la mano de obra, inversión en I+D es más importante en el sector servicios que en el de manufactura.

Moreno et al. (2020), realizaron un estudio en Colombia a empresas de servicios intensivos en conocimiento KIBS en sus siglas en inglés y no KIBS, las cuales tienen a la

innovación como pilar de alto impacto en la prestación de servicios; los resultados del estudio arrojaron una alta relación entre la innovación de procesos y las tendencias de exportación; de la misma manera la innovación de procesos y la apertura a exportar fue determinante para empresas KIBS que en empresas que no lo son, dado que las mismas tienen experiencia de internacionalización en la exportación; otra variable importante es que las empresas KIBS tienen tendencia a la exportación en relación con su tamaño medido por el número de empleados de las empresas, los cuales por lo general son pequeñas, de alta generación de conocimiento y contacto directo con clientes y proveedores.

Finalmente, Rana et al. (2021), proponen un modelo de medición de resultados para empresas con alta innovación y rápida internacionalización; dentro de sus determinantes incluyen la eficiencia operativa medida en cuanto a productividad, uso de marketing mix y orientación a procesos; la elección del Mercado Internacional como pilar central para que las empresas multinacionales puedan operar en mercados emergentes, este pilar medido en cuanto a cultura tecnológica, cultura, entorno económico y eficiencia del mercado.

Esta última es consecuente con Krauss et al. (2018), pues concluyen que para las empresas donde la internacionalización es un pilar fundamental, los colaboradores deben estar empoderados y familiarizados con los procesos productivos de la empresa, estas habilidades serán ser explícitas ya que la empresa tiende a generar un liderazgo transformacional cuyos objetivos inmediatos desde la concepción de Schuessler et al. (2014), demuestra que los modelos basados en el desempeño de una empresa internacional influyen en su éxito y reconocimiento en el mercado.

Discusión

En la Tabla 2, se presentan los determinantes de las empresas exportadoras concentradas en tres pilares, basados en la revisión de la literatura anterior, clasificados en los factores de la empresa, factores del empresario y factores externos.

Tabla 2

Determinantes de Empresas Exportadoras a Nivel Global

Factores de la Empresa	Factores del Empresario	Factores Externos
<ul style="list-style-type: none"> • Capital intelectual • Antigüedad 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel educativo • Competencia lingüística en segundo idiomas 	<ul style="list-style-type: none"> • Normatividad • Políticas públicas
<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento y experiencia internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Contexto macroeconómico
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de crecimiento • Compromiso financiero • Tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud al riesgo 	<ul style="list-style-type: none"> • Marca País
<ul style="list-style-type: none"> • Innovación 	<ul style="list-style-type: none"> • Perseverancia, confiar en sí mismo • Relacionamiento con clientes y proveedores 	
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de alianzas 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades de negociación • Cultura en lo tecnológico, económico y eficiencia 	
<ul style="list-style-type: none"> • Inversión en I+D 		

Fuente: Elaboración Propia.

Como se puede observar, estos factores se convierten en los principales determinantes de acuerdo con la literatura y buscan garantizar el éxito para una Born Global con innovación empresarial. La clasificación no solo corresponde a los factores del empresario como agente propulsor de este tipo de emprendimientos, sino también factores externos que van desde políticas gubernamentales que propendan en la creación de nuevas empresas hasta la reputación del país junto con el manejo de sus indicadores macroeconómicos; sin desconocer los factores internos que contemplan el relacionamiento empresarial y las estrategias para enfrentar el cambio como la innovación, alianzas estratégicas, compromiso financiero, entre otras.

Conclusiones

A nivel internacional, existe literatura relevante sobre la caracterización de casos empresariales estudiados para las empresas Born Global. Para países en vía de desarrollo como Colombia, se encuentra escasa literatura relacionada con los principales determinantes de las empresas nacidas globales, vacío que este estudio aborda con el objetivo de que se convierta en un referente para nuevas investigaciones y que permitan incorporar otras dimensiones que ayuden a entender este proceso, dada la dinámica de los emprendimientos globales y su interacción con el entorno.

Se puede concluir que las determinantes para una Born Global con innovación empresarial se resumen en:

- En Colombia hay literatura de empresas nacidas globales con características distintivas de esta tipología de empresas, en sectores de productos tecnológicos, Pymes de diseño y publicidad y en el sector textil.
- Las características principales de los emprendedores de las Born Global en Colombia son: mercado desde una visión global, capacidad de innovar en productos, habilidades personales, entre otras.
- Las características sobresalientes para una empresa exportadora desde el punto de vista del empresario son: nivel educativo, actitud al riesgo, perseverancia y confiar en sí mismo, habilidades de negociación, entre otras.
- Se concluye la importancia que para una empresa exportadora juegan los factores externos en cuanto a normatividad, marca país, contexto macroeconómico y políticas públicas en pro de la operación internacional de las mismas.
- Se evidencia que hay factores relacionados en una empresa Born Global en Colombia y una empresa exportadora en la variable factor de la empresa en características como: compromiso innovador, inversión en I+D, logística y creación de alianzas en aprovechamiento de los tratados de libre comercio.
- A nivel de habilidades del emprendedor se relacionan los siguientes determinantes: habilidades personales y de negociación, competencia lingüística en segundo idioma, experiencia internacional, capacidad de relacionamiento con clientes y proveedores.

Referencias

- (1) Amorós, J. E., Basco, R. & Romaní, G. (2016). Determinants of early internationalization of new firms: the case of Chile. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(1), 283–307. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0343-2>
- (2) Ararat, J. y Camelo, E. (2019). Innovación y emprendimiento: una mirada discursiva de la construcción de identidad en la ciudad de Medellín (Colombia). *Espacios*, 40(22), 14–28.
- (3) Barona, B., Rivera, J. y Aguilera, C. (2015). Análisis de la relación de la innovación empresarial con la financiación en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 28(50), 11–37. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-50.arie>
- (4) Calix, C. G., Vigier, H. P. y Briozzo, A. E. (2015). Capital intelectual y otros determinantes de la ventaja competitiva en empresas exportadoras de la zona norte de Honduras. *Suma de Negocios*, 6(14), 130–137. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.10.005>
- (5) Cos, P., Colom, A. & Cabasés, A. (2019). Geographic export diversification: Determinants and their link with export performance. *Thunderbird International Business Review*, 61(2), 397–411. <https://doi.org/10.1002/tie.21991>
- (6) Díaz, D. (2015). Modelos de internacionalización para PYMES - sector textil (prendas de vestir) en Bogotá D.C. (Enmarcados en Born Global y Uppsala). *Revista Estudiantil Vía Libre*, (6), 16–27.
- (7) Escandón, D. M. y Hurtado, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(131), 172–183.
- (8) Escandón, D. M. y Hurtado, A. (2017). El compromiso exportador en Colombia: Un análisis de redes neuronales. *Revista de Metodos Cuantitativos Para La Economía y La Empresa*, 24, 362–388.
- (9) Escandón, D. (2009). Factores que inciden en la creación de Born Global en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 25(113), 55–73.
- (10) Escandón, D., Hurtado, A. y Castillo, C. (2013). Dinámica exportadora de las empresas Born Global en Colombia. *Revista Finanzas y Política Económica*, 5(1), 121–150.
- (11) Espejo, Á., Núñez, J. y Fuentes, F. (2016). Factores determinantes del éxito exportador: Causas internas empresariales. *Revista de Sociales y Jurídicas*, 1(11), 190–207.
- (12) Fundación Internacional Unión Europea, América Latina y el Caribe, EU-LAC. (2017). *La Internacionalización de las PyMEs Latinoamericanas y su Proyección en Europa*. Fundación

- EU-LAC / CERALE/ Institut des Amériques.
https://eulacfoundation.org/es/system/files/eu_lac_pymes.pdf
- (13) Fuerst, S. (2010). Global Marketing Strategy: the Case of a Born Global Software Firm in Colombia. *Revista Ciencias Estratégicas*, 18(24), 271–286.
<https://search.proquest.com/docview/852560419?accountid=143123>
- (14) García, E. & Valdés, A. (2015). Factors determining the growth of born global firms focused on export: the case of Valle, Ballina y Fernández, S.A. *Universia Business Review*, (45), 34–67. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84924672317&partnerID=40&md5=bc7a146586529aa2e4f3c8aeb2eb3152>
- (15) Hernández, H., Cardona, D. y Raad, A. (2016). La innovación empresarial como impulsora de las pymes en la Región Caribe. *Revista Panorama Económico*, 24, 239–248.
<https://doi.org/10.32997/2463-0470-vol.24-num.0-2016-1559>
- (16) Krauss, S., Niemand, T., Besler, M., Stieg, P. & Martinez, C. (2018). The influence of leadership styles on the internationalisation of “born-global” firms and traditionally global-expanding firms. *European Journal of International Management*, 12(5–6), 554–575.
<https://doi.org/10.1504/EJIM.2018.094457>
- (17) Lejpras, A. (2019). Determinants of export performance: differences between service and manufacturing SMEs. *Service Business*, 13(1), 171–198.
- (18) Lupiáñez, L., López, C. y Priede, T. (2017). El capital intelectual y el capital emprendedor como impulsores del crecimiento económico regional. *Cuadernos de Economía*, 40(114), 223–235. <https://doi.org/10.1016/j.cesjef.2016.09.005>
- (19) Manrique, G., Avila, C. y Vega, C. (2017). *Análisis de las Born Globals en Colombia: factores y estrategias aplicables en pymes peruanas* [Tesis de Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UOC)]. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/10757/621420>
- (20) Maya, A. y Fuerst, S. (2011). Dewak: Una microempresa creada para el mercado mundial Caso de estudio. *Pensamiento & Gestión*, (31), 1–33.
- (21) Mora, R., Rodríguez, R. y Viquez, A. (2017). Dinámica exportadora en mipymes manufactureras y de servicio: un estudio exploratorio de determinantes. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, (44), 261–287. <http://doi.org/10.14482/pege.44.10307>
- (22) Moreno, J., Escandón, D., Moreno, A. & Zapata, L. (2020). Analysis of the role of process innovation on export propensity in KIBS and non-KIBS firms in Colombia. *Competitiveness*

- Review*, 31(3), 497–512. <https://doi.org/10.1108/CR-12-2019-0154>
- (23) Neira, V. y Reyes, G. (2018). *Las Capacidades Dinámicas y PYMES, con Aplicación en Colombia* [Tesis de Pregrado, Universidad del Rosario]. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/18741>
- (24) Niembro, A. (2017). Una tipología de empresas latinoamericanas exportadoras de servicios intensivos en conocimiento y los determinantes de su competitividad internacional. *Estudios Gerenciales*, 33(142), 64–75. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.12.004>
- (25) Palacio, A., Arévalo, P. y Guadalupe, J. (2017). Tipología de la Innovación Empresarial según Manual de Oslo. *CienciAmérica*, 6(1), 85–90. <http://cienciamerica.uti.edu.ec/openjournal/index.php/uti/article/view/76>
- (26) Pidduck, R. J., Shaffer, M. A., Zhang, Y. & Clark, D. R. (2020). Unpacking the emergence of born global founders: A careers perspective. *Journal of Small Business Management*, 1–41.
- (27) Rana, S., Prashar, S., Barai, M. K. & Hamid, A. B. A. (2021). Determinants of international marketing strategy for emerging market multinationals. *International Journal of Emerging Markets*, 16(2), 154–178. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-09-2019-0742>
- (28) Schuessler, F., Schaper, M. T. & Kraus, S. (2014). Entrepreneurship in an Alpine micro-nation: the case of Liechtenstein. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 22(1), 106–114.
- (29) Tabares, A., Alvarez, C. & Urbano, D. (2015). Born globals from the resource-based theory: A case study in Colombia. *Journal of Technology Management and Innovation*, 10(2), 155–165. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242015000200011>
- (30) Weerawardena, J., Mort, G. S. & Liesch, P. W. (2019). Capabilities development and deployment activities in born global B-to-B firms for early entry into international markets. *Industrial Marketing Management*, 78, 122–136. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.06.004>

Cómo citar este artículo: Garcés, J., Estellés, S., Sarmiento, J., Peris, M. y Valero, M. (2022). Born globals: conveniencia de definición de determinantes para un país latinoamericano: Colombia. *Tendencias*, 23(2), 202-219. <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.199>