

ADMINISTRACIÓN DE LOS PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN APLICABLES AL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ*

MANAGEMENT OF THE INTERNATIONALIZATION PROCESSES APPLICABLE IN BOYACA

Recibido: 8 de junio de 2019

Evaluado: 14 de octubre de 2019

Aprobado: 1 de diciembre de 2019

Paula Castro-Hernández**

Universidad Santo Tomás
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7200-7509>

Alexander Carvajal***

Universidad de Granada
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0627-366X>

Cómo citar este artículo: Castro-Hernández, P. y Carvajal, A. (2020). Administración de los procesos de internacionalización aplicables al Departamento de Boyacá. *Revista Estrategia Organizacional*, 9(1). doi: <https://doi.org/10.22490/25392786.3649>

* Artículo de Revisión

** Profesional en Negocios Internacionales. Universidad Santo Tomás.
Joven Investigadora Facultad de Negocios Internacionales. Universidad Santo Tomás Seccional Tunja.
Correo electrónico personal: alej_pauli@outlook.com
Correo electrónico institucional: paula.castro@usantoto.edu.co

*** Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Granada.
Docente Investigador Facultad de Negocios Internacionales. Universidad Santo Tomás Seccional Tunja.
Correo electrónico personal: alexcarvajal@misena.edu.co
Correo electrónico institucional: alexander.carvajal@usantoto.edu.co

RESUMEN

Introducción: Llevar a cabo un proceso de internacionalización exitoso, implica para las economías, una adaptación de modelos o estructuras de acuerdo a sus condiciones de crecimiento y desarrollo. Para Boyacá, el panorama sugiere que es necesario aunar esfuerzos y hacer frente a los retos, que los procesos de internacionalización involucran. Por ello, el principal objetivo de este trabajo es determinar la(s) estructuras de procesos de internacionalización tomadas por distintas economías del mundo que mejor correspondan al contexto económico del departamento. *Metodología:* se basó en una revisión teórica de dichos procesos expuestos en veinte artículos seleccionados para el desarrollo de este trabajo; en ella también se establecieron los criterios para realizar el análisis evaluativo que diera lugar a los resultados. *Resultados:* se presentan mediante una matriz de evaluación ordinal y un resumen de los artículos seleccionados. Como conclusión se encuentra que el modelo más adecuado, orientado al fortalecimiento de la economía de la región es el **expuesto en el trabajo** "Internacionalización de Nuevas Empresas de Economía Emergente: el papel de las Diferencias dentro del País".

Palabras clave: administración, comercio, economías de escala, empresas, crecimiento.

ABSTRACT

To carry out a successful internationalization process, implies for the economies, an adaptation of models or structures according to their growth and development conditions. For Boyaca the panorama suggests that is necessary to join forces and face the challenges that internationalization processes involve. Therefore, the main objective of this work is to determine the structure (s) of internationalization processes taken by different economies of the world that best correspond to the economic context of the department. The methodology used was based on a theoretical review of these processes presented in twenty articles selected for the development of this work; it is also established the criteria for doing the evaluation analysis that would give rise to the results. These results are presented through an ordinal evaluation matrix and a summary of the selected articles. In conclusion, it is founded that the most appropriate model, aimed at strengthening the economy of the region, is the one set out in the work "Internationalization of New Companies of Emerging Economy: the role of Differences within the Country".

Keywords: Administration, Commerce, Economies Of Scale, Companies, Growth.

INTRODUCCIÓN

Un tema de creciente discusión en los Negocios Internacionales, es el planteamiento de la internacionalización de las economías en un entorno competitivo, situación que ha dado lugar a investigar e identificar los procesos de internacionalización que se han llevado a cabo en el mundo (Johanson & Vahlne, 1997). Sin embargo, aún no se han planteado estudios relacionados con estos procesos que sirvan de guía a empresas ubicadas en países del primer mundo, para responder a las exigencias del mercado internacional (Tabares S. , 2010).

Un fenómeno importante que se ha identificado es el aumento de la participación de las empresas multinacionales en la economía mundial, al expandir sus actividades económicas a mercados externos, hecho que se ha logrado por la visión estratégica establecida desde la gerencia, al manejar los recursos con los que cuentan estas empresas (Geringer & Beamish, 1989). En 1981 las ventas de 500 multinacionales más grandes superaban el 20% del Producto Interno Bruto (PIB) del mundo (Rugman & Verbeke, 2004), también representaban el 50% de las exportaciones mundiales y sobre el 80% de la Inversión Extranjera Directa (IED) (Stopford & Dunning, 1983). Es así que, las compañías multinacionales han sido obligadas a optimizar sus procesos administrativos y al invertir grandes recursos para enfrentar los retos de la internacionalización, aspectos que marcan una gran diferencia con las empresas cuyas actividades son desarrolladas a nivel nacional, como es el caso de empresas locales (Geringer & Beamish, 1989).

Por lo tanto, este documento pretende en forma teórica, descriptiva y evaluativa, contribuir a los procesos de internacionalización de Boyacá, basados en la revisión de veinte trabajos encontrados en revistas de alto impacto¹. El cumplimiento de este objetivo proporcionará una herramienta de apoyo a empresarios, funcionarios del Gobierno del departamento e interesados en el tema, al momento de tomar una iniciativa que involucre el fortalecimiento de la economía de la región a través de su internacionalización.

A nivel nacional, de acuerdo a datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el departamento de Boyacá presenta como perfil económico de participación dentro del

1 Alto impacto: se refiere a la importancia que tiene una revista dentro de un mismo campo científico. Es medida por índices, en función del promedio de citas que reciben los artículos en ella, publicados durante un periodo determinado. (Universidad Autónoma de Madrid, 2019)

PIB, el 2.69% (DANE, 2018). La composición por sectores del PIB local, mostró que, por ejemplo, la Agricultura, Ganadería y Pesca supera la participación al PIB a nivel nacional con un 10.5% frente a un 6.4% respectivamente (Econ, 2019). Cabe resaltar que la participación de esta actividad económica en el PIB de Boyacá, supera la media nacional en 4.1%. Comparando el PIB de Boyacá frente a los departamentos como Cundinamarca (específicamente la ciudad de Bogotá) y Antioquia, es significativa y porcentualmente menor; el PIB de Bogotá representa un 25,61% y Antioquia un 14,49% con respecto al nivel nacional para el año 2018 (DANE, 2018). Finalmente, las sectores que generan mayor valor agregado en Boyacá son las Minas y Canteras, actividades de Industria Manufacturera y actividades de servicios sociales, personales y comunales (DANE, 2010) .

Para el caso de Bogotá, todos los sectores productivos tienen una alta participación en el PIB, además, cuenta con una estructura económica más diversificada y su ubicación geográfica favorece el desarrollo económico, facilitando estrategias en sectores de comercio, transporte, industria, establecimientos financieros, servicios empresariales y sociales de la economía colombiana (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018).

Antioquia por su lado, se destaca en los sectores de construcción, industria, comercio, turismo y financiero. Su desarrollo empresarial, es promovido por la Cámara de Comercio de Medellín, la cual crea alianzas para mejorar los niveles del territorio en aspectos de infraestructura para competir en los mercados, en la especialización productiva de la región, en el acceso a capital y financiación de los empresarios, en la promoción de innovación y los negocios y en la Internacionalización de Medellín, Antioquia y sus empresas (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2017).

Boyacá por su parte, centra su actividad económica fundamentalmente en la producción agrícola, teniendo un desarrollo sorprendente en el sector artesanal e industrial. La dinámica del comercio internacional ha provocado que los productores boyacenses tecnifiquen sus procesos y productos, por ello, las Cámaras de Comercio de Tunja, Duitama y Sogamoso mediante el programa "Boyacá Internacional" ofrecen apoyo a 20 empresas de la Región en la búsqueda de conquistar mercados internacionales (Cámara de Comercio de Tunja, 2018), presentando así, una incipiente etapa de internacionalización.

Según el Índice de Competitividad Departamental (ICD), Boyacá se encuentra en el puesto 9 de 27 departamentos. Los pilares de evaluación del ICD (condiciones básicas, eficiencia, sofisticación e innovación), posicionan al departamento en un nivel intermedio- alto de competitividad frente a otros (Consejo Privado de Competitividad & Universidad del Rosario, 2016).

De acuerdo a los indicadores del Doing Business (índice de facilidad para hacer negocios), en Boyacá la apertura de empresa, presenta puntajes de 72.3 sobre 100. Ahora bien, específicamente en la ciudad de Tunja, el registro de propiedades y la obtención de permisos de construcción, fueron los indicadores más destacados (Grupo del Banco Mundial, 2017).

Las cifras sugieren que el departamento de Boyacá tiene niveles de crecimiento medio bajos y, de acuerdo a lo planteado en este trabajo, estas cifras se pueden mejorar si se incrementa la creación de negocios y la diversificación de las actividades de los mismos con miras a la inserción internacional.

También es importante considerar el mercado laboral del departamento. La tasa global de participación es de 59.8%, la tasa de ocupación de 55.4% y la tasa de desempleo se situó en un 7.4% respecto a nivel nacional. La tasa global de participación se refiere a la cantidad de personas económicamente activas, con respecto a la población en edad de trabajar; la tasa de ocupados es proporcional a la tasa global de participación, es decir que de la población que se encuentra en edad de trabajar, con respecto a la población que comprende ese mismo rango de edad, solo un poco más de la mitad, se encuentran ocupados; y la tasa de desempleo (nivel de desocupación en relación a la población activa) no es tan elevada como la de Bogotá D.C, Santander, Tolima, Valle del Cauca, Quindío, por mencionar algunos departamentos (DANE, 2019).

El Comercio Exterior del Departamento de Boyacá medido según las exportaciones, presentó un 0,8% del total nacional entre los años 2011 al 2018. A marzo de 2019, su desempeño disminuyó 0.4% respecto al mismo periodo del año anterior, representado en US\$110.358,0 a precio Free On Board (FOB)² y US\$109.882,0 FOB respectivamente (Econ, 2019).

2 Free on board (FOB) o Franco a bordo: Es el término de negociación internacional que delega la responsabilidad del vendedor o exportador hasta el momento en que la mercancía es cargada en el buque en el puerto del país de origen. Sólo es tomado para operaciones de vía marítima (Maitsa Customs Brokerage, 2019).

Los principales productos exportados a marzo del 2019, son productos minero energéticos, no minero- energéticos, agroindustriales, productos de industria básica, agropecuarios, industria liviana, automotriz, de maquinaria y equipo, cuyo principal destino de exportación es Brasil, sin dejar de lado, Suiza, Estados Unidos, Hong Kong, India, Tailandia, Bélgica, China, España y Ecuador (Econ, 2019).

De acuerdo a los supuestos de Balassa (1978), las políticas orientadas a incrementar las exportaciones generan un mayor crecimiento del producto al estar expuesto en la competencia internacional; igualmente Feder (1982) confirma que el crecimiento se genera también por la reasignación de recursos del sector menos eficiente de exportación al sector de exportación de mayor productividad (Cáceres, Agudelo, & Tejedor, 2017). De esta manera se puede inferir, que las exportaciones mencionadas anteriormente, además de ser el resultado del desarrollo de las principales actividades de producción propias de la región, contribuyen al crecimiento económico reflejado en el PIB regional.

En cuanto a las importaciones, Boyacá presenta a marzo de 2019 un valor de US\$62.968,0 Cost, Insurance and Freight (CIF)³, con respecto al nivel nacional de US\$4.528,5 millones CIF en abril de 2019 (DANE, 2019). Los principales productos de importación son materias primas y bienes intermedios, bienes de capital, materiales de construcción y bienes de consumo. Así mismo el principal origen de importaciones es Brasil, sin dejar de lado Rusia, China, México, Estados Unidos, Alemania, Georgia, Italia, Argentina y Tailandia (Econ, 2019).

Cabe resaltar que los acuerdos comerciales, han facilitado las operaciones de comercio exterior al Departamento. Entre el acumulado de los años 2017 y 2018, el mayor valor de exportaciones fue de 61.085 miles de dólares FOB a Mercosur; de igual forma, las importaciones provienen principalmente de Mercosur con 20.807 miles de dólares CIF (Econ, 2019).

En términos generales, los datos anteriores demuestran que el departamento de Boyacá, presenta una balanza comercial positiva, puesto que sus exportaciones son mayores a sus

3 Cost, Insurance and Freight o Costo, Seguro y Flete: Es el término de negociación internacional que delega la responsabilidad del vendedor o exportador hasta el momento en que la mercancía llega al puerto de destino (Maita Customs Brokerage, 2019).

importaciones. De igual manera, demuestra que se cumple la relación directa de productividad y competitividad, al exportar lo producido en la actividad económica de mayor participación al PIB del departamento.

Un trabajo previo sobre el tema es "Las exportaciones y el crecimiento económico en Boyacá Colombia 1980- 2015", presentado por Cáceres, Agudelo y Tejedor (2017) plantea como objetivo, verificar si las exportaciones como una estrategia de internacionalización, influyen positivamente en el PIB departamental, o si, por lo contrario, es el crecimiento el que fomenta las exportaciones. Se obtuvo como resultado que el PIB neto aumenta cuando se producen choques positivos sobre las exportaciones industriales, mientras que cuando aumentan las exportaciones primarias, el efecto sobre el PIB es mínimo (Cáceres, Agudelo, & Tejedor, 2017).

El resultado obtenido por Cáceres, Agudelo y Tejedor (2017), ayudará a sustentar el postulado que afirma que internacionalizar la economía boyacense, fomentará el crecimiento y el desarrollo de la región. Esto, mediante la implementación de determinadas estructuras de procesos de internacionalización, utilizadas por distintas economías del mundo, tal como lo determinó Tabares (2010).

El trabajo expuesto por Tabares (2010), "Revisión analítica de los procesos de Internacionalización de las PYMES", indica que, para las PYMES alcanzar mercados internacionales, genera dudas sobre cómo responder a países del primer mundo, por lo que plantea realizar una revisión analítica de los planteamientos más generales y relevantes que utilizan las PYMES en Europa, pero aplicados en las PYMES de Colombia. El trabajo hace evidente que el enfoque por procesos hace más rápido el proceso de internacionalización, siendo la teoría por Procesos Uppsala (acumulación de conocimientos y recursos para acceder a mercados extranjeros), la más utilizada por las pequeñas empresas, puesto que influye de manera positiva en el compromiso con los mercados externos (Tabares S. , 2010).

Este artículo ha sido dividido en tres secciones: Metodología, la cual describe la importancia de la revisión evaluativa como método utilizado en este trabajo, los criterios de selección para la recopilación de información y la revisión de documentos sobre procesos de internacionalización llevados a cabo en distintas economías del mundo de manera exitosa; Resultados, apartado en

el que se desarrolla el análisis evaluativo de los posibles procesos aplicables al Departamento y se presentan en forma de resumen los trabajos seleccionados con base en dicho análisis; y por último Conclusiones, en las que se determina en concreto el o los procesos que mejor se pueden adaptar e implementar en Boyacá.

METODOLOGÍA

Este trabajo se realizó fundamentado en un método de revisión evaluativa, también llamada revisión sistemática, que es definida como un resumen de evidencias, realizada por uno o más expertos en un tema determinado y que utiliza un riguroso proceso para responder a una pregunta y extraer conclusiones sobre los datos recopilados (Vera, 2009).

La importancia de la revisión evaluativa en las ciencias sociales, radica en la necesidad de aceptar la incertidumbre que indican los fenómenos sociales como objeto de estudio, para que el investigador pueda comprender la complejidad de la realidad social sin desconocer, que existen herramientas como la objetividad, la rigurosidad y la precisión que permiten desarrollar una metodología más apropiada en la investigación y así, poder dar una respuesta acertada a la pregunta específica en cuestión (Abello, 2009).

DATOS

La recopilación de información para el desarrollo de este artículo de revisión, toma criterios de selección que implican la consulta de trabajos de investigación en revistas bibliográficas de impacto, que contaran con máximo seis años de antigüedad y en el que el tema principal de estudio sean los procesos de Internacionalización. Otro criterio tenido en cuenta, fue la inclusión de los componentes y/o estructuras de los procesos de internacionalización, priorizando los aplicados en economías emergentes, pero sin desconocer totalmente los aplicados en economías desarrolladas. Igualmente, se revisaron los datos e información estadísticas de fuentes estatales y de fuentes secundarias como los del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), La Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y Cámaras de Comercio de Tunja, Bogotá y Medellín.

Finalmente, se realizó una evaluación para identificar las estructuras o modelos de internacionalización aplicables a Boyacá, teniendo en cuenta los siguientes criterios: aplicabilidad empírica en economías emergentes o en procesos de desarrollo, éxito comprobable en el largo plazo del proceso de internacionalización planteado y aplicabilidad de estrategias a dichos procesos.

REVISIÓN DE DOCUMENTOS

A continuación, se presenta el resumen de cada uno de los documentos estudiados, donde se indica, título, autores, contenido principal, metodología, resultados, conclusiones y aportes a este trabajo.

El primer trabajo que se tomó como referencia para el desarrollo de este artículo fue "Internacionalización de Nuevas Empresas de Economía Emergente: el papel de las diferencias dentro del país", de Fernhaber, Li & Wu (2019). En él se explica, la actual era de la internacionalización en la que las nuevas empresas en economías emergentes, se desempeñan al expandir sus actividades económicas a mercados extranjeros y cómo su ubicación geográfica favorece la puesta en marcha del proceso (Fernhaber, Li, & Wu, 2019).

Teniendo en cuenta que China se caracteriza por tener una amplia gama de empresas que desarrollan alta tecnología, esta investigación fue enfocada en la Industria de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, para determinar el contexto de competitividad a nivel internacional. Encontraron que las empresas chinas están continuamente desarrollando actividades que crean valor en la cadena de suministro, por lo que juegan un rol importante en la economía global (Fernhaber, Li, & Wu, 2019).

Así mismo, concluyeron que las economías emergentes, presentan una mayor oportunidad de crecimiento para las empresas Multinacionales y que estas mismas, enseñan a las empresas locales cómo competir internacionalmente (Fernhaber, Li, & Wu, 2019). Este trabajo aporta significativamente al desarrollo de este artículo, al demostrar la importancia del desarrollo institucional de una región de una empresa que se encuentre aplicando un proceso de internacionalización; además, China se apropia de sus ventajas competitivas para crear valor y como economía emergente, cuenta con un panorama apropiado para que sus empresas, sean Multinacionales o locales, generen mayores niveles de competitividad a nivel internacional.

En el trabajo "Proceso de internacionalización en el sector farmacéutico: el caso de la empresa colombiana de Tecnoquímicas (TQ)" de Ochoa, Correa y Rizo (2017), se presenta la metodología del análisis que se desarrolló para conformar la estrategia de internacionalización en TQ, una de las empresas del sector farmacéutico más importantes en Colombia, la cual se ha caracterizado por su capacidad de innovación tanto en sus productos como en sus estrategias para atender el mercado. La metodología utilizada consistió en analizar las variables internacionales, con el fin de seleccionar los mercados en los que podría dirigir su expansión (Ochoa, Correa, & Rizo, 2017).

La información fue suministrada directamente por la compañía. El modelo de análisis para la selección de países arrojó como resultados, que los más apropiados para que TQ incursionara eran Brasil, Argentina y México; sin embargo, TQ decidió expandirse primero a Perú debido a su tamaño y afinidad cultural con Colombia e igualmente, porque allí tenían la posibilidad de adquirir dos compañías farmacéuticas, mediante la Inversión Extranjera Directa o la adquisición de empresas locales (Ochoa, Correa, & Rizo, 2017).

El trabajo mencionado anteriormente, es un referente para el desarrollo del presente artículo, puesto que muestra una metodología de análisis asertiva para identificar las características de los países apropiados y consecuentemente, poder incursionar en mercados internacionales; igualmente, resalta las capacidades de innovación y estrategias que las empresas deben desarrollar continuamente, para aumentar la probabilidad de que su proceso sea exitoso.

Ahora bien, en el trabajo: "Retos de Gestión Intercultural en las Actividades de Internacionalización de Microempresas de Medellín" de Bustamante y Aguilar (2013), se expone un análisis de las actividades que realizan las microempresas de Medellín para desarrollar su proceso de internacionalización. Tomaron datos de cuestionarios electrónicos efectuados en cinco microempresas, luego los estudiaron usando una meta matriz y siguiendo el método analítico sintético, buscaron identificar competencias relacionadas con el crecimiento y la rentabilidad (Bustamante & Aguilar, 2013).

Como resultados seleccionaron once retos que describen "las capacidades que la microempresa de servicios de Medellín debe construir, para que sus actividades de internacionalización sean más efectivas" y finalmente concluyeron, que la supervivencia de muchas microempresas está

dada por condiciones ajenas al desempeño empresarial, puesto que la presión para establecer vínculos internacionales es mayor (Bustamante & Aguilar, 2013).

Lo anteriormente expuesto, sirve como referencia al desarrollo de este artículo, al presentar una guía para las microempresas en las capacidades que deben fortalecer para hacer su proceso de internacionalización efectivo, así mismo muestra la relevancia de la gestión intercultural que desarrolle la gerencia internacional de cada microempresa para hacer frente a la desventaja competitiva en la que se encuentran en estos procesos, con respecto a las Multinacionales.

El documento, "Una Perspectiva Multidimensional de la Velocidad de Internacionalización de las Pymes: la influencia de las características empresariales" de Hsieh y otros (2019), analizó la influencia de las características empresariales como la experiencia, los fundamentos y las estrategias de innovación con relación a las distintas dimensiones de la velocidad del proceso de internacionalización en 180 pequeñas y medianas empresas (PYMES). Los datos fueron recogidos de industrias textiles, de software y biotecnología, en distintas economías como Medio Oriente Árabe, China, Dinamarca, India, Polonia y el Reino Unido (Hsieh, y otros, 2019).

Encontraron que la precocidad, la velocidad, tanto de profundización como de diversificación geográfica, constituyen básicamente tres alternativas estratégicas diferentes, y cada una de estas, se explica por los antecedentes empresariales. Dicho de otra forma, la precocidad de la internacionalización se asocia con la experiencia internacional de los emprendedores; la velocidad de profundización con la experiencia comercial internacional de los emprendedores y la velocidad de diversificación geográfica, "por la orientación de los empresarios hacia la diferenciación con respecto a los competidores" (Hsieh, y otros, 2019).

Los supuestos anteriores, aportan al desarrollo de este artículo, al demostrar la relación que tienen los antecedentes empresariales con la velocidad del proceso de internacionalización, es decir, la experiencia internacional por parte de los emprendedores, su experiencia comercial y la orientación hacia la diferenciación, como factores a considerar, son importantes en este caso, para las PYMES en su proceso de internacionalización.

El documento "La Elección del Modo de Expansión de los Minoristas en los Mercados Extranjeros: antecedentes para la elección del modo de expansión a la luz de las teorías de la internacionalización" de Picot- Coupey, Burt y Cliquet (2014), presentó las medidas que las empresas minoristas deben tomar cuando expanden su red de tiendas en un mercado extranjero; para ello, estudiaron las vías de entrada y modos de expansión que usualmente siguen los minoristas al buscar oportunidades en los mercados internacionales y desarrollaron un modelo de antecedentes de modos de expansión de internacionalización de negocios (Picot- Coupey, Burt, & Cliquet, 2014).

La información fue tomada de la recopilación de datos de 43 minoristas del sector de la moda francesa, de donde obtuvieron como resultados, que el plan de marketing internacional, las oportunidades percibidas en el mercado externo y las condiciones estratégicas, son antecedentes importantes a la hora de definir un modo de expansión, conjuntamente identificaron el "modo de entrada", como un proceso y no como el fin y propusieron un marco multi teórico de información útil a los minoristas (Picot- Coupey, Burt, & Cliquet, 2014).

Los principales aportes de Picot- Coupey, Burt & Cliquet (2014) a este trabajo son la demostración de que los antecedentes empresariales, determinan la correcta selección de un modo de expansión; igualmente, resalta la importancia que tiene la aplicación del modo de entrada como un proceso y no como el objetivo final, esto con el fin de hacer más efectivo el proceso en la búsqueda de oportunidades en los mercados internacionales.

En el artículo "Momento y Velocidad de la Internacionalización: evidencia de los bancos africanos", Kabongo y Okpara (2019), realizaron el estudio de los factores que influyen en el tiempo y la velocidad del proceso de internacionalización, utilizando datos de informes anuales corporativos, sitios web y medios de comunicación de los 23 bancos más importantes de África en los años 2010- 2018 (Kabongo & Okpara, 2019).

Aplicaron una metodología basada en estudios cualitativos que incluyera la historia y evolución de cada compañía, con el fin de confirmar su participación en operaciones de negocios en otros países. Obtuvieron como resultados, que el tiempo dispuesto para incursionar en un mercado

internacional, está influenciado por la estructura de propiedad de la empresa, la experiencia y diversidad de los miembros del Consejo (Kabongo & Okpara, 2019).

Igualmente, trajeron a colación tres factores que aumentan la velocidad en este proceso: el aprender de las tendencias, ampliar las capacidades organizativas para explotarlas en oportunidades identificadas, seguir la dispersión del pueblo africano en los países desarrollados para adquirir activos de otros bancos y poder establecer alianzas estratégicas con los socios extranjeros (Kabongo & Okpara, 2019).

El trabajo desarrollado por Kabongo y Okpara (2019), le permite a este artículo presentar factores relevantes que la organización debe tener para hacer más eficientes los procesos de internacionalización, como la implicación del tiempo dispuesto para incursionar en un mercado internacional, de igual manera, es importante realizar acuerdos con países que presentan características culturales similares, puesto que facilitan la generación y el fortalecimiento de alianzas con los socios extranjeros.

Ahora bien, el trabajo "El Impacto del País de Origen en la Internacionalización" de Cuervo-Cazurra, Luo, Ramamurti y Hwee (2018), presentó un análisis de la influencia que tiene el país de origen de una empresa al momento de implementar el proceso de internacionalización. Utilizaron teorías y modelos de las características del país y su efecto en empresas que se encontraran desarrollando este tipo de procesos, así pues, propusieron dos tipos complementarios de influencia en la internacionalización (Cuervo- Cazurra, Luo, Ramamurti, & Hwee, 2018).

En el primero, conceptualizaron el comercio internacional de una empresa moldeada por cuatro componentes como son: la ventaja comparativa, desventaja comparativa, ventaja del país de origen y responsabilidad del país de origen; y en el segundo, conceptualizaron la Inversión extranjera directa (IED) de la empresa también moldeada por cuatro componentes como son: el aprendizaje institucional, el aprendizaje competitivo, el escape institucional y el competitivo (Cuervo- Cazurra, Luo, Ramamurti, & Hwee, 2018).

Concluyeron que dichos componentes, determinan el contexto en que las Multinacionales en los mercados emergentes, las operaciones de inversión en paraísos fiscales y la adquisición de

empresas por parte de países avanzados, se encuentran en el proceso de internacionalización (Cuervo- Cazorra, Luo, Ramamurti, & Hwee, 2018).

El trabajo anteriormente expuesto, sirve como referencia al desarrollo de este artículo al establecer dos tipos complementarios de influencia de acuerdo a las características propias del país de origen, con el fin de determinar el contexto en que las Multinacionales en países emergentes, las inversiones y las adquisiciones de empresas toman al realizar una operación extranjera.

En el trabajo "Desarrollo y Validación de una Métrica de Internacionalización Vertical y Horizontal a Nivel de Empresa", Thompson, Dericks y Fai (2019), explican la ausencia de medidas válidas y confiables de estos tipos de internacionalización en las que una empresa pueda confiar para tomar acciones importantes en el proceso. Los estudios fueron cualitativos y cuantitativos, dentro de estos, desarrollaron un listado de internacionalización vertical y horizontal tomados de la encuesta de actividades de negocios extranjeros para luego, evaluarlos cualitativamente con entrevistas efectuadas en Japón, Hong Kong y Singapur con 19 ejecutivos de Empresas Multinacionales de Japón, Alemania, Reino Unido, Italia, Estados Unidos, Singapur, Australia y Hong Kong (Thompson, Dericks, & Fai, 2019).

Después de hacer un análisis exploratorio de datos, eliminaron ítems que no les servía, formando así, dos componentes para los mejores cinco indicadores de IV e IH. De la escala implementada para medir la internacionalización vertical y horizontal a nivel de empresa, encontraron que las subescalas para cada tipo de internacionalización, muestran ser unidimensionales, de confianza, temporalmente estables, predictivas, interculturales, intersectoriales y con validez discriminatória (Thompson, Dericks, & Fai, 2019).

El trabajo desarrollado por Thompson, Dericks y Fai (2019), aporta al desarrollo de este artículo, al establecer como resultado de los estudios realizados, indicadores de internacionalización vertical y horizontal, con el fin de dar respuesta a la problemática de la ausencia de medidas confiables en las que una empresa pueda contar, para efectuar su proceso de internacionalización mediante una estrategia de diversificación.

En el documento “Las Certificaciones de Calidad y la Internacionalización de las Firmas Industriales Colombianas”, de Botello (2016), se expuso un análisis sobre el impulso por parte de las empresas colombianas en ofrecer sus productos en los mercados internacionales de igual forma que lo hacen países de América Latina; es decir mediante su reconocimiento de calidad. Por ello, evalúan el impacto de las empresas que han desarrollado procesos de internacionalización al estar certificadas en calidad, con relación al resto de las empresas que no cuentan con dicha certificación (Botello, 2016).

Su metodología consistió en utilizar un modelo de elección discreta sobre una muestra de 10.960 empresas, de donde obtuvieron como resultado que, las certificaciones tienen un impacto positivo en la internacionalización de las empresas porque su implementación aumenta en un 20% la probabilidad de que la empresa se internacionalice. Así pues, concluyen que la certificación internacional puede ser utilizada como estrategia generadora de ventajas competitivas diferenciadoras entre las empresas, lo cual provoca a su vez mayores oportunidades de introducción a los mercados internacionales (Botello, 2016).

El trabajo mencionado anteriormente, sirve como referencia para el desarrollo de este artículo, al demostrar que la implementación del certificado de calidad en la empresa influye positivamente en el proceso de internacionalización, puesto que los productos y/o servicios necesariamente tendrían que cumplir con los requisitos de calidad que otro mercado a nivel internacional acogería con mayor probabilidad; por lo tanto las certificaciones de calidad de una empresa en el proceso de internacionalización constituyen una estrategia de diferenciación, que conlleva a generar más posibilidades de incursionar en mercados internacionales.

En el trabajo “El Camino hacia la Internacionalización de la Moneda: perspectiva global y experiencia china” de Lui, Wang, & Thye Woo (2019), realizaron el estudio de la moneda internacional en las transacciones financieras, también argumentaron que una moneda se convierte en internacional, cuando circula fuera del país de origen y pasa a ser “moneda vehicular” o divisa de referencia, si es utilizada por no residentes (Lui, Wang, & Thye Woo, 2019).

La información de la moneda fue tomada del conjunto de datos SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication)⁴, para estimar un modelo de centros de gravedad y así explicar, cómo se distribuye geográficamente el uso internacional de la moneda. Obtuvieron como resultados que, un mayor nivel de integración económica y unas condiciones macroeconómicas estables, aumentan el uso internacional de las monedas principales como el dólar y el euro; por otro lado, el comercio de mercancías provoca el uso directo de la moneda (El Renminbi chino para este caso) mientras que la IED tiene un mayor efecto en el uso de la moneda vehicular (Lui, Wang, & Thye Woo, 2019).

Como conclusión establecen que el uso global del Renminbi está disminuyendo por temas de distancia geográfica, lo cual significa que su papel es más regional, igualmente, recomiendan la IED para promover la internacionalización del RMB (Lui, Wang, & Thye Woo, 2019). Este trabajo sirve como referencia para el desarrollo de este artículo, al mostrar que no sólo las empresas pueden tener procesos de internacionalización, sino que las economías en general, a través de sus monedas, pueden internacionalizarse; sin embargo existen condiciones como la distancia geográfica, que no hacen totalmente viable el uso global de la moneda, pero esto se puede lograr según el caso, mediante la inversión extranjera directa, sostenibilidad de condiciones macroeconómicas y una mayor participación en los niveles de integración económica.

El documento “La Internacionalización como Variable Moderadora en las Estrategias Fabricante-distribuidor” de Vila, Kuster, Canales y Hernández (2013), expone un análisis de los antecedentes y efectos que tiene la distribución comercial minorista en la satisfacción de sus clientes. En cuanto a los antecedentes, se presentan dos estrategias desarrolladas por el fabricante como la imagen y producto vendido y el antes, durante y después de la venta. Como efectos, toman la fidelidad a través de dos indicadores: la intención de compra y la recomendación (Vila, Kuster, Canales, & Hernández, 2013).

Para efectuar tal análisis, tomaron una muestra de 159 minoristas de un fabricante de muebles (94 nacionales y 59 internacionales). Al notar que los distribuidores internacionales quedan satisfechos con todo el seguimiento del producto, es decir con el proceso de servucción (el antes,

4 SWIFT: serie alfanumérica de 8 u 11 dígitos que sirve para identificar al banco receptor cuando se realiza una transferencia internacional (BBVA, 2019).

durante y después de la venta), confirman la relevancia y la valoración de esta estrategia sobre la estrategia del producto intercambiado en la relación fabricante- minorista (Vila, Kuster, Canales, & Hernández, 2013).

El trabajo anteriormente expuesto, apoya desarrollo de este artículo, al demostrar como estrategia de internacionalización efectiva, la implementación del proceso de servucción por parte del fabricante en este caso, con el fin de generar y fortalecer alianzas con los distribuidores internacionales y consecuentemente, asegurar un proceso de internacionalización exitoso.

El trabajo "Activos Específicos de la Empresa y la Relación entre Internacionalización y Rendimiento en la Industria de los Estudios Cinematográficos de EE. UU." de Tashman, Marano y Babin (2019), expuso un análisis para mostrar cómo los activos específicos de la firma, promueven el crecimiento y cambio de los grados de internacionalización de las firmas o empresas, específicamente de la Industria de Estudios de Cine de Estados Unidos y de cómo las estrategias de internacionalización utilizadas, son efectivas en el proceso (Tashman, Marano, & Babin, 2019).

Realizaron estadísticas descriptivas, análisis de regresión y pruebas de hipótesis para corroborar la hipótesis que indica que la internacionalización mejora directamente la actividad de la empresa. Los resultados mostraron que la variable independiente (el nivel de activos) afecta positivamente la variable dependiente (coeficiente de internacionalización), en 1% cuando se toma el valor promedio de los activos (Tashman, Marano, & Babin, 2019).

De igual manera, concluyeron que no se pueden tratar los mismos activos específicos de las empresas a través de muchas industrias porque no todas van a contar con los mismos y por lo tanto, no se podrían obtener resultados muy acertados, además, no todas las firmas toman como estrategias de internacionalización los activos como un elemento influyente (Tashman, Marano, & Babin, 2019).

El trabajo expuesto por Tashman, Marano y Babin (2019), sirve de referencia al desarrollo de este artículo, al proporcionar como elemento positivamente influyente, los activos específicos con los que cuenta una empresa en su proceso de internacionalización, sin embargo, se debe tener en cuenta que no todas las empresas cuentan con los mismos activos, por lo que se hace necesario

el fortalecimiento de la gestión en su mercado bursátil, siempre y cuando su objetivo sea el de incursionar a los mercados internacionales por medio de esta estrategia.

En el trabajo "Empresas de Internacionalización Acelerada: estudio de casos en Venezuela" de Graterol-López y Sigala-Paparella, se presenta un análisis en el que las empresas venezolanas del tipo "International Ventures", logran incursionar en los mercados internacionales poco tiempo después de su creación. Su metodología fue de carácter descriptivo, cualitativo basado en el estudio de seis casos de empresas de producción y servicios, del que extrajeron como principales características de las New Ventures, la edad temprana al convertirse en internacionales y la exportación o franquicia, junto con la IED como formas de entrada a mercados internacionales. (Graterol-López & Sigala- Paparella, 2014).

El trabajo mencionado anteriormente, aporta al desarrollo de este artículo, al demostrar la introducción exitosa que las New Ventures, caracterizadas por su acelerada participación en el mercado internacional, llevan a cabo mediante estrategias de exportación o franquicia e IED principalmente. Además, sirven como ejemplo a otras empresas de temprana edad, que se encuentren en una fase exploratoria de expandir sus actividades económicas a mercados extranjeros, y que cuenten con el potencial para ello.

Adicionalmente en el trabajo "Del aprendizaje a la Globalización: la influencia del mercado y las instituciones en las multinacionales chinas" de Avendaño (2013), se expone a través de las teorías convencionales e institucionales, los factores que han influido en la determinación de las estrategias tomadas por multinacionales chinas, desde las reformas económicas de 1978 hasta la actualidad (Avendaño, 2013).

Para tal efecto, desarrollaron una revisión referente a las teorías de las firmas y teorías institucionales en relación con la IED; también mostraron el ejemplo de una empresa china (Beijing Shougang Group) en proceso de internacionalización para entender el contexto institucional y examinaron el desempeño de multinacionales chinas en un mercado imperfecto (Avendaño, 2013).

Obtuvieron como resultado, algunas de las razones por las que las empresas chinas no se beneficiaron de ese mercado de competencia imperfecta, pues obedecieron a instituciones políticas

en lugar de haber tomado decisiones de manera objetiva y racional. Finalmente concluyeron, que el desarrollo de las Empresas chinas en cada fase de evolución, no solo estuvieron marcadas por los cambios propios en su transición de empresas nacionales a globales, sino por los cambios institucionales generados en el Gobierno (Avendaño, 2013).

El trabajo expuesto por Avendaño, sirve como referencia al desarrollo de este artículo, al demostrar que en muchas ocasiones las empresas Multinacionales, se ven limitadas en el momento de definir sus estrategias, debido a factores institucionales y políticos de su entorno, sin embargo, su desempeño a nivel global, radica en la correcta toma de decisiones, de acuerdo a la investigación realizada sobre el mercado imperfecto en el que se encuentran, y no sobre intereses particulares de instituciones políticas.

En el documento "El Éxito de los Procesos de Fusión en el Mercado de Auditoría: el caso de Price Waterhouse Coopers" de Fuentes, García, Pucheta y Ruíz (2015), muestra evidencia del resultado de la fusión de Price WaterHouse y Coopers & Lybrand en relación a los dos objetivos que se planteaban lograr al fusionarse. Los objetivos eran alcanzar el crecimiento de la compañía en términos de cifra de negocios y aumentar la cuota de mercado. Utilizaron metodología aplicada, tomando datos anuales desde 1997 a 2003, incluyendo 5 años posteriores a la fusión que se llevó a cabo en 1998; después de analizados, establecieron un contraste de hipótesis "test no paramétrico de reacciones extremas de Moses", estimando la facturación de las firmas en la situación de no haberse fusionado, frente a la facturación de sus competidores (Fuentes, García, Pucheta, & Ruíz, 2015).

Encontraron que ambas compañías hubieran alcanzado una cuota de mercado y una facturación inferior a la de sus competidores si no se hubieran fusionado, sin embargo, la firma fusionada alcanzó una cuota de mercado y una facturación superior a la de sus competidores más relevantes. Concluyen entonces, que la firma resultante ha alcanzado un grado de penetración en el mercado de auditoría más elevado con relación al de sus competidores directos (Fuentes, García, Pucheta, & Ruíz, 2015).

Igualmente, el trabajo anteriormente expuesto, sirve como referencia al desarrollo de este artículo, el presentar como estrategia de internacionalización, la posibilidad que tienen las

empresas de fusionarse a fin de incursionar en el mercado con mayor ventaja que la de sus competidores. Esto explica en este caso, que las empresas se fortalecen al incrementar la cuota de mercado y elevar el crecimiento de la firma en cifra de negocios después de haberse fusionado.

En el trabajo "Ciencias Sociales, Políticas de Autonomía Académica y Estrategias de Internacionalización en la Última Dictadura Militar Argentina (1974-1983), un análisis de los casos de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y el Centro de Estudios de Estado y Sociedad", Morales y Algañaraz (2016), realizaron un estudio en torno a dos de los llamados centros académicos independientes de gran importancia y trascendencia en Argentina y el Cono Sur: la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) y el Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES) (Morales & Algañaraz, 2016).

Lo que motivo al desarrollo de este trabajo fue el proceso de contracción por el que Argentina atravesó en su autonomía académica, que fue provocado por la inestabilidad política dada desde mediados del siglo XX. En este trabajo, los autores se enfocaron en mostrar la relación entre la lucha por la autonomía académica de los centros mencionados anteriormente y las estrategias de internacionalización que se generaron, como el abastecimiento de fondos de ayuda externa, el reconocimiento profesional desde el exterior y los contactos académicos internacionales (Morales & Algañaraz, 2016).

Allí intervinieron FLACSO y CEDES para contribuir significativamente a redefinir mecanismos de prestigio, validación y reproducción dentro del campo de las Ciencias Sociales en Argentina, para lo cual, resultaba fundamental la puesta en práctica de estrategias de internacionalización: divulgación, financiación, redes y circuitos académicos (Morales & Algañaraz, 2016). Este trabajo muestra a la internacionalización como resultado de una problemática de autonomía en el sector educativo de Argentina y aporta al desarrollo de este artículo, al establecer la divulgación, financiación, redes y circuitos académicos (para este caso), como estrategias de internacionalización.

Por otro lado, el documento "La Reconfiguración de los Conflictos Armados en las Relaciones Internacionales: la internacionalización del conflicto en Siria", expuesto por Prado (2015), presenta una perspectiva diferente de la internacionalización, esto es, en cómo los conflictos armados

intervienen a nivel internacional y cómo provocan que actores no estatales, se vean en la obligación de intervenir para evitar que se generen importantes efectos transnacionales (Prado, 2015).

En este marco, las Relaciones Internacionales (RRII) no sólo se han centrado en los Conflictos Armados entre Estados, sino que, han incorporado a los Conflictos Armados Internos (CAI) como un referente clave, por ello, el conflicto en Siria fue seleccionado para demostrar la relevancia del estudio de los CAI en las RRII. Los autores realizaron una metodología teórica para estudiar el caso en donde identificaron los factores que han ido ajustando los Conflictos Armados desde la Guerra Fría e igualmente, revisaron el papel de las Relaciones Internacionales en relación al Conflicto de Siria (Prado, 2015).

Encontraron que la internacionalización de conflictos internos, impone para las RRII retos para su análisis porque, no solo involucran a actores no estatales sino también a otras variables como la región o la etnicidad; además, debido a su complejidad son de difícil manejo, luego Siria ilustra un conflicto interno, el cual ha traspasado fronteras, generando consecuencias en ámbitos geopolíticos y de seguridad (Prado, 2015).

Este trabajo, como es notorio, expone que no solo existe la internacionalización económica, sino que también, se presentan casos de internacionalización geopolítica como los conflictos armados internos. Como aporte a este trabajo se puede inferir, que es importante mantener las relaciones entre Estados, como principales actores para crear alianzas estratégicas o procesos de integración económica, que facilitan los procesos de internacionalización.

Por otro lado, en el trabajo "Internacionalización Junto con Instituciones Educativas (IE) en la región Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN)": bases para un marco propuesto para un campus internacional", expuesto por Tanhueco- Nepomuceno (2019), se identificaron las mejores prácticas de cinco IE en la gestión de demanda desde una perspectiva internacional, estas debían tener clasificación estándar de alta calidad y pertenecer a los países miembros de ASEAN, es decir, de Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur y Tailandia (Tanhueco- Nepomuceno, 2019).

Para tal efecto, se evaluaron los programas internacionales y las capacidades que tienen las IE y seleccionaron IE que hayan implementado prácticas de innovación en la educación; luego,

se implementaron datos de las entrevistas realizadas a los rectores y se identificó un marco de alternativa para la internacionalización (Tanhueco- Nepomuceno, 2019).

Obtuvo como resultado, que la internacionalización es necesaria para el crecimiento institucional y para los intereses económicos nacionales, además identificó algunos factores que impiden el proceso de internacionalización, como la ausencia de misiones, visiones y metas articuladas, ausencia de una buena definición de planes estratégicos para la internacionalización, recursos internos limitados y falta de una cultura que apoye el nivel institucional (Tanhueco- Nepomuceno, 2019).

El trabajo desarrollado por Tanhueco- Nepomuceno, aporta al desarrollo de este artículo, al identificar tanto las prácticas que las Instituciones Educativas realizan para internacionalizarse, como los factores que impiden el proceso de internacionalización desde el ámbito educativo. Así mismo, resaltan la importancia del proceso en el fortalecimiento institucional y en los intereses económicos nacionales.

Por último, en el trabajo "Sucesión del CEO y Procesos de Internacionalización de las Empresas: Perspectivas de las empresas alemanas", Elosge, Oesterle, Stein y Hattula (2018), analizaron el impacto que tiene la sucesión de los Directores Ejecutivos cuando las empresas alemanas están en procesos de internacionalización, en relación al grado de internacionalización y al ritmo de crecimiento. Utilizaron un modelo longitudinal para examinar las relaciones de ambas variables de los procesos, es decir, el número de cambios de CEO y el tipo de sucesión que tienen (interno vs externo) respectivamente, también desarrollaron contrastes de especificación y de hipótesis para medir variables y factores de varianza en la inflación; finalmente, las pruebas de Hausman Wu Dubin, fueron usados para comparar y evaluar autocorrelación (Elosge, Oesterle, Stein, & Hattula, 2018).

Estudiaron 102 empresas alemanas durante 23 años (1990- 2012), de donde obtuvieron como resultado principal, que no hay impacto en el número de cambios de CEO con relación al grado de internacionalización. (Elosge, Oesterle, Stein, & Hattula, 2018). El trabajo anteriormente expuesto, únicamente muestra como resultado del modelo longitudinal de medición de ambas variables en

los procesos, que los cambios de Director Ejecutivo, sean internos o externos, no son afectados por el proceso de internacionalización.

RESULTADOS

ANÁLISIS EVALUATIVO DE ESTRUCTURAS O MODELOS DE INTERNACIONALIZACIÓN APLICABLES A BOYACÁ.

Para identificar los artículos que establecen modelos o estructuras de procesos de internacionalización para ser adaptados e implementados en Boyacá, se tomaron en cuenta los criterios de selección mencionados previamente.

Por ejemplo, el trabajo de Tanhueco- Nepomuceno (2019), sobre la Internacionalización junto con instituciones educativas en la región ASEAN (Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur y Tailandia), no es aplicable a los procesos de internacionalización de Boyacá porque a pesar de su condición de economía emergente según el MSCI (Morgan Stanley Capital International, 2019), el fortalecimiento de las instituciones educativas no son un factor clave para internacionalizar la economía de la región, puesto que según las teorías, la internacionalización consiste en expandir actividades económicas a mercados extranjeros y en este caso aportaría únicamente al sector educativo, lo cual no contribuiría en mayor medida al proceso de internacionalización de la región y consecuentemente a su fortalecimiento económico. (Sánchez & Pérez-Corral, 2018).

De igual forma el trabajo "Sucesión del CEO y Procesos de Internacionalización de las Empresas: Perspectivas de las empresas alemanas" de Elosge, Oesterle, Stein, & Hattula (2018), no es aplicable porque no contribuye mediante una estructura o modelo al proceso de internacionalización, de hecho, solamente concluye que, a nivel organizacional las sucesiones de Directores ejecutivos no se ven afectadas por este proceso.

Según el marco de clasificación del mercado del índice del ponderador estadounidense de fondos de capital e inversión (MSCI), Alemania es un país desarrollado, lo cual significa que su visión en las organizaciones es alta por contar con elevados recursos económicos, tamaño y liquidez mayores (Morgan Stanley Capital International, 2019); por lo tanto, no cumple con los criterios de selección planteados en este trabajo.

Por otro lado, el trabajo "Proceso de Internacionalización en el Sector Farmacéutico: el caso de la empresa colombiana Tecnoquímicas", muestra aplicabilidad al proceso en la metodología de análisis que emplea para seleccionar los países en los que puede incursionar internacionalmente, siendo Perú el país seleccionado por TQ, debido a su tamaño, afinidad cultural con Colombia y posibilidades de adquisición de compañías que se encuentran allí.

Igualmente, desarrolla estrategias de innovación y estrategias en el mercado que hacen exitoso el proceso de internacionalización, además se trata de un caso de éxito de una empresa Multinacional colombiana, la cual, puede motivar y servir de guía a empresas locales, por ejemplo, del departamento de Boyacá para incursionar y competir internacionalmente.

A continuación, se presenta una matriz de evaluación ordinal, que permitiera identificar los artículos mejor adecuados a los criterios establecidos. Esta matriz responde a la pregunta ¿en qué nivel se encuentra cada uno de los casos de los trabajos del estado del arte de este artículo frente a los criterios de selección del mismo? Se dará la connotación de bajo, medio y alto, en donde bajo hará referencia a la no incidencia respecto al criterio, medio cuando cumple parcialmente el criterio y alto cuando cumple en totalidad el criterio de selección establecido.

En otras palabras, es alto cuando el caso expuesto en el artículo tiene aplicación con datos reales, toma lugar en una economía emergente, su éxito es demostrado a cabalidad y cuenta con aplicabilidad de estrategias a procesos de internacionalización. Es medio cuando el estudio toma lugar en una economía emergente y no tiene aplicabilidad empírica o viceversa; cuando su éxito está condicionado por la aplicación de determinadas estrategias y cuando cuenta con estrategias

no muy establecidas o que no aportan en gran medida al proceso. Es bajo cuando el estudio realizado no toma lugar en economía emergente y no es aplicado con datos reales, además cuando su éxito no está comprobado y cuando no cuenta con estrategias que hagan efectivos los procesos de internacionalización en totalidad.

Tabla 1. Matriz de evaluación ordinal

TÍTULO	APLICABILIDAD EMPIRICA EN ECONOMÍAS EMERGENTES O EN PROCESO DE DESARROLLO	ÉXITO COMPROBABLE EN EL LARGO PLAZO DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN PLANTEADO	APLICABILIDAD DE ESTRATEGIAS A PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN
Internacionalización de nuevas empresas de economía emergente: el papel de las diferencias dentro del país	Alto	Alto	Alto
Proceso de internacionalización en el sector farmacéutico: el caso de la empresa colombiana Tecnoquímicas	Alto	Alto	Alto
Retos de gestión intercultural en las actividades de internacionalización de microempresas de Medellín	Alto	Medio	Alto
Una perspectiva multidimensional de la velocidad de internacionalización de las pymes: la influencia de las características empresariales	Alto	Medio	Alto
La elección del modo de expansión de los minoristas en los mercados extranjeros: antecedentes para la elección del modo de expansión a la luz de las teorías de la internacionalización	Medio	Alto	Alto
Momento y velocidad de la internacionalización: evidencia de los bancos africanos	Medio	Medio	Alto
Análisis evaluativo a los procesos de marketing en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas de alimentos de Medellín	Medio	Medio	Medio
El impacto del país de origen en la internacionalización	Alto	Medio	Medio
Desarrollo y validación de una métrica de internacionalización vertical y horizontal a nivel de empresa	Medio	Medio	Bajo
Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas	Alto	Medio	Bajo
El camino hacia la internacionalización de la moneda: perspectiva global y experiencia china	Alto	Medio	Medio
La internacionalización como variable moderadora en las estrategias fabricante-distribuidor	Medio	Medio	Alto

TÍTULO	APLICABILIDAD EMPIRICA EN ECONOMÍAS EMERGENTES O EN PROCESO DE DESARROLLO	ÉXITO COMPROBABLE EN EL LARGO PLAZO DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN PLANTEADO	APLICABILIDAD DE ESTRATEGIAS A PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN
Activos específicos de la empresa y la relación entre internacionalización y rendimiento en la industria de los estudios cinematográficos de EE. UU	Medio	Alto	Medio
Empresas de internacionalización acelerada: estudio de casos en Venezuela	Medio	Medio	Medio
Del aprendizaje a la globalización: la influencia del mercado y las instituciones en las multinacionales chinas	Bajo	Medio	Bajo
El éxito de los procesos de fusión en el mercado de auditoría: el caso de Price Waterhouse Coopers	Medio	Alto	Bajo
Ciencias sociales, políticas de autonomía académica y estrategias de internacionalización en la última dictadura militar argentina (1974-1983) Un análisis de los casos de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y el Centro de Estudios de Estado y Sociedad	Bajo	Bajo	Alto
Internacionalización junto con Instituciones Educativas (IE) en la región Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN)	Medio	Bajo	Bajo
Sucesión del CEO y procesos de internacionalización de las empresas: Perspectivas de las empresas alemanas	Bajo	Bajo	Bajo

Fuente: elaboración propia de acuerdo a la revisión de documentos y a los criterios establecidos para la selección de los mismos en este trabajo.

De acuerdo a la tabla 1, se puede clasificar, en resumen, los artículos que contienen modelos de internacionalización los cuales, cumplen con todos los criterios de selección establecidos en este trabajo para posiblemente, ser adaptados e implementados en el departamento de Boyacá.

Tabla 2. Resumen de artículos seleccionados.

TÍTULO	APLICABILIDAD EMPÍRICA EN ECONOMÍAS EMERGENTES O EN PROCESO DE DESARROLLO	ÉXITO COMPROBABLE EN EL LARGO PLAZO DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN PLANTEADO	APLICABILIDAD DE ESTRATEGIAS A PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN
Internacionalización de Nuevas Empresas de Economía Emergente: el Papel de las Diferencias dentro del País.	Este caso aplicado en China, si cuenta con aplicabilidad empírica, la variable dependiente es en este caso la intensidad internacional y entre las variables independientes se encuentra "la presencia de una empresa extranjera en una región o Condado.	Su éxito se comprueba, mediante el rol importante que juega China en la economía global, al desempeñarse en su fuerte papel de producción y también de respaldarse en un desarrollo institucional.	<p>En este caso, las empresas chinas toman en cuenta para sus procesos de internacionalización:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventaja de la ubicación estratégica de la región para expandir sus actividades económicas a distintas regiones del país y luego a mercados internacionales. • Utilizar como respaldo un fuerte desarrollo institucional de su región. • Creación paulatina de valor en la cadena de suministros mediante la aplicación de nuevas tecnologías.
Proceso de Internacionalización en el Sector Farmacéutico: el caso de la Empresa Colombiana Tecnoquímicas	El MSCI clasifica a Colombia en el índice de mercados emergentes del continente americano; su aplicabilidad empírica se evidencia, en la metodología que permite analizar cualquier grupo de países para priorizar y enfocar las naciones en donde debe incursionar.	De las compañías colombianas del sector farmacéutico, Tecnoquímicas, se ha caracterizado y destacado, por su capacidad de innovación en sus productos y en las estrategias que utiliza para incursionar en el mercado. En este caso, Perú es la muestra más significativa de éxito, puesto que le ha permitido a TQ, lograr sus objetivos de manera beneficiosa.	<p>La empresa colombiana TQ, toma en cuenta para su proceso de internacionalización:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de tecnología e innovación en sus productos. • Definición de una estrategia de crecimiento. • Réplica de las capacidades locales para permitir un crecimiento sostenible. • Planeación de la evolución de la compañía en términos de la "huella internacional". • Desarrollo de un modelo que permita identificar el o los países, más apropiados para expandir su actividad económica. • Monitoreo de mercados globales. • Manejo cuidadoso de los tiempos.

TÍTULO	APLICABILIDAD EMPÍRICA EN ECONOMÍAS EMERGENTES O EN PROCESO DE DESARROLLO	ÉXITO COMPROBABLE EN EL LARGO PLAZO DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN PLANTEADO	APLICABILIDAD DE ESTRATEGIAS A PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN
Retos de Gestión Intercultural en las Actividades de Internacionalización de Microempresas de Medellín.	La evidencia empírica, se encuentra en el estudio de los datos tomados mediante cuestionarios en 5 microempresas, expuestos en una meta matriz que permitiera sintetizar la información.	El éxito radica en la gestión intercultural que se desarrolle al poner en práctica los 11 retos encontrados, esto con el propósito de hacer efectivos sus procesos de internacionalización.	Las microempresas de Medellín tomaron en cuenta para sus procesos de internacionalización, la gestión intercultural en la gerencia internacional.
Una Perspectiva Multidimensional sobre la Velocidad de Internacionalización de las Pymes, la Influencia de las Características Empresariales.	La aplicabilidad empírica, se encuentra en la medición de variables de desviaciones estándar y coeficientes de correlación, resultado de la recopilación de la información que se tomó en entrevistas semi-estructuradas.	Su éxito radica en la importancia que tiene la experiencia, los fundamentos y las estrategias de innovación, como factores que influyen en la velocidad en que las pequeñas y medianas empresas se han internacionalizado.	Las 180 PYMES del Reino Unido tomaron como puntos estratégicos en la velocidad de profundidad y de diversificación: <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en el mercado internacional. • Experiencia en negocios internacionales de los emprendedores. • Orientación de los emprendedores hacia la diferenciación.
La Elección del Modo de Expansión de los Minoristas en los Mercados Extranjeros, antecedentes para la elección del modo de expansión a la luz de las teorías de la internacionalización.	Según el índice de MSCI, Francia es un país desarrollado y aunque no cumpla con el criterio de selección "economía emergente", puede servir como guía a minoristas que consideren los antecedentes de la empresa, un factor clave para definir un modo de expansión. Su evidencia empírica se explica en cómo las características y variables del "Modo de Operación Extranjera", aplican al sector minorista.	Su éxito radica tanto en la correcta planificación del marketing internacional, como en la identificación de oportunidades percibidas en el mercado externo y en el establecimiento de condiciones estratégicas. Esto con el fin de clarificar las diferencias entre el modo de entrada y el modo de expansión.	Los minoristas de la moda francesa, utilizan como estrategias para su proceso de internacionalización: <ul style="list-style-type: none"> • "Comprar en tiendas", como un modo de entrada a mercados internacionales. • Las franquicias como un método de expansión y no como un modo de entrada.

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

Partiendo del supuesto que indica los grandes retos a los que cualquier economía se ve enfrentada para llevar a cabo procesos de internacionalización, el departamento de Boyacá tampoco se ve ajeno a esta situación; sin embargo, se encontró que sus condiciones de crecimiento económico, competitividad y niveles de participación a nivel internacional, son las apropiadas para incursionar en mercados extranjeros.

La agricultura, ganadería y pesca, como las actividades económicas de mayor participación en el departamento, aunque sus exportaciones no representen mayor impacto en el PIB regional, se podría convertir en oportunidad, siempre y cuando el desarrollo institucional sea lo suficientemente fuerte para brindar el apoyo necesario en la tecnificación de los procesos productivos.

Los indicadores de competitividad (índice de desempeño de competitividad departamental, facilidad para hacer negocios y mercado laboral), posicionan al departamento dentro de niveles que le permitirían participar activamente a nivel nacional y consecuentemente a nivel internacional.

Igualmente, Boyacá se ajusta a niveles de participación internacional porque su balanza comercial demuestra ser positiva de acuerdo a los datos mencionados. De esta manera se puede inferir que las exportaciones de productos minero-energéticos, no minero energéticos y de agricultura, entre otros, además de ser el resultado del desarrollo de las principales actividades de producción propias de la región, contribuyen al crecimiento económico reflejado en el PIB regional.

Por lo tanto, y de acuerdo a los criterios de selección establecidos en este trabajo para identificar el proceso de internacionalización que más se ajustaría al departamento de Boyacá, estudios como "Una Perspectiva Multidimensional de la Velocidad de Internacionalización de las Pymes: La Influencia de las Características Empresariales" del Reino Unido; "La Elección del Modo de Expansión de los Minoristas en los Mercados Extranjeros: Antecedentes para la Elección del Modo de Expansión a la luz de las Teorías de la Internacionalización" de Francia, y "Activos Específicos de la Empresa y la Relación entre Internacionalización y Rendimiento en la Industria de los Estudios Cinematográficos de EE. UU.", ofrecen una perspectiva de interés para realizar procesos de internacionalización, independientemente de su condición de economía desarrollada.

En el caso de las PYMES del Reino Unido, la velocidad de profundización y diversificación geográfica con la que incursionan en el mercado extranjero, demuestra la eficiencia en el proceso. En el caso de los minoristas de Francia, la identificación del modo de entrada como un proceso y no como un fin, determina el éxito del proceso de internacionalización y, en el caso de la Industria de Estudios cinematográficos de EE. UU, el factor determinante para un proceso exitoso de internacionalización, son los activos con los que cuenta su industria.

Así pues, estos trabajos sólo pueden servir como guía de información a los empresarios y/o interesados del Departamento de Boyacá, a la hora de establecer estrategias con mayor ambición para el proceso de internacionalización.

En el trabajo "Empresas de internacionalización acelerada, Estudio de Casos en Venezuela, se presenta un análisis interesante sobre la exportación, la franquicia y la Inversión Extranjera Directa, como estrategias utilizadas por las "New Venture" para incursionar en mercados internacionales. Dichas estrategias, sirven como ejemplo a empresas nuevas que deseen desarrollar procesos de internacionalización de una manera más rápida y efectiva y que cuenten con el potencial para ello. Sin embargo, Venezuela no se encuentra posicionada como economía emergente según el índice MSCI, y a pesar de su afinidad cultural con Colombia como país vecino, no sería un modelo apropiado para ser aplicado en Boyacá, o podría aplicarse siempre y cuando las condiciones de crecimiento en que las empresas se encuentren, sean estables.

Los trabajos "Análisis Evaluativo a los Procesos de Marketing en la Internacionalización de las Pequeñas y Medianas Empresas de Alimentos de Medellín" y "Retos de Gestión Intercultural en las Actividades de Internacionalización de Microempresas de Medellín", cuentan con características similares en cuanto al desarrollo y enfoque investigativo; además, son un referente para el desarrollo de este artículo al cumplir con los criterios de selección expuestos pues, ambas hablan de las estrategias de internacionalización con las que las PYMES y microempresas llevan a cabo su proceso de internacionalización, enfocándose en el cambio cultural que existe en un entorno global y en la gestión que hace la gerencia de una empresa en el ámbito intercultural.

Estos trabajos pueden servir de ejemplo para las empresas de Boyacá, tanto en la toma de decisiones como en el establecimiento de estrategias necesarias para expandir sus actividades

económicas en los mercados internacionales, puesto que a pesar de sus escasos vínculos internacionales por su condición de micro o pequeñas y medianas empresas según el caso, identificaron los retos y precauciones para reducir riesgos que les permitan ser más eficientes y productivas al llevar a cabo el proceso de internacionalización.

El trabajo “Internacionalización de Nuevas Empresas de Economía Emergente: el papel de las diferencias dentro del país”, puede ser aplicado a un proceso de internacionalización de Boyacá, primero, porque muestran evidencia empírica de la interrelación entre la región de una empresa y la internacionalización mediante el respaldo de un desarrollo institucional fuerte; segundo, porque China se enfoca en la industria de la tecnología y la comunicación como su ventaja competitiva, para incursionar en distintas regiones de China y consecuentemente en mercados extranjeros y tercero, porque toman como estrategias de internacionalización, la ventaja de su ubicación geográfica y el desarrollo continuo actividades que crean valor a la cadena de suministro, logrando de esta manera participar activamente en el mercado global.

A pesar de que todos los modelos expuestos en los trabajos tomados como base para el desarrollo de este artículo, ofrecen distintas estrategias de internacionalización y según el contexto económico en el que el departamento se encuentra, se puede concluir que, el modelo aceptado, más adecuado, es el expuesto en el trabajo “Internacionalización de Nuevas Empresas de Economía Emergente: el papel de las Diferencias dentro del País”, porque de acuerdo a la hipótesis y a los criterios de selección establecidos en este trabajo, ofrece un nivel estructurado de internacionalización que permitiría el fortalecimiento de la economía de la región.

REFERENCIAS

- Abello, R. (2009). *La Investigación en Ciencias Sociales: Sugerencias prácticas sobre el proceso. Investigación y Desarrollo.*
- Antioquia, C. d. (2018). *Cámara Medellín*. Recuperado de <https://www.camaramedellin.com.co/conoce-la-camara/estrategia-y-gestion>
- Arambú, C., y Aliaga, L. (2016). Una herramienta para priorizar: El diagrama de Véster. *Cuaderno de Trabajo*, 32.

Avendaño, L. (2013). Del aprendizaje a la globalización: la influencia del mercado y las instituciones en las multinacionales chinas. *Investigación Económica*, 3- 39.

BBVA. (2019). BBVA. Recuperado de <https://www.bbva.es/general/finanzas-vistazo/cuentas/codigo-swift-bic/index.jsp>

Bogotá, C. d. (2018). *Biblioteca Digital Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/22551>

Botello, H. (2016). Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas. *Suma de Negocios*, 73- 81.

Bustamante, L., y Aguilar, S. (2013). Retos de gestión intercultural en las actividades de internacionalización de microempresas de Medellín. *Estudios Gerenciales*, 456- 465.

Cáceres, R., Agudelo, C. O., y Tejedor, E. R. (2017). Las exportaciones y el crecimiento económico en Boyacá 1980- 2015.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2018). *Centro de Información Empresarial*. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11520/22551>

Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2017). *Cámara Medellín*. Recuperado de file:///E:/5201%20UNIDAD%20DE%20INVESTIGACION/2019/5201%2045%20PROYECTOS/2.%20Proyectos%20de%20investigacion/IMPACTO%20REFORMA%20TRIBUTARIA/Informativo_Camara_2017.pdf

Cámara de Comercio de Tunja. (2018). *Boyacá en cifras*. Recuperado de https://ccomerciotunja.org.co/new/wp-content/uploads/2018/06/BOYACA-EN-CIFRAS_2018-2.pdf

Cardozo, P., Chavarro, A., y Ramírez, C. (2005- 2006). *Teorías de Internacionalización*. (s.d.).

- Cepeda, S., Veásquez, L., y Marín, B. (2017). Análisis evaluativo a los procesos de marketing en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas de alimentos de Medellín. *Estudios Generales*, 271- 280.
- Consejo Privado de Competitividad y Universidad del Rosario. (2016). *Índice Departamental de Competitividad* . Recuperado de <https://idc.compite.com.co/>
- Consejo Privado de Competitividad y Universidad del Rosario. (2018). Estructura. En C. P. Rosario, *Índice Departamental de Competitividad* (págs. 12- 14).
- Corvalán, D., del Barco, M. d., y del Barco, M. S. (2011). Potencias emergentes: BRICS y su relación con América Latina. *Centro Argentino de Estudios Internacionales*.
- Cuervo- Cazorra, A., Luo, Y., Ramamurti, R., y Hwee, S. (2018). The impact of the home country on internationalization. *Journal of World Business*, 593- 604.
- DANE. (2010). *Geoportal DANE*. Recuperado de http://geoportal.dane.gov.co/indicadores/servicioMax.html?s=CuentasDepartamentales_1&c=CuentasNacionales&sc=CuentasDepartamentales
- DANE. (2018). *Geoportal DANE*. Recuperado de <https://dane.maps.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=9d091f802200470d816eb1f063aa6aee>
- DANE. (3 de Abril de 2019). *DANE*. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ml_depto/Boletin_dep_18.pdf
- DANE. (Abril de 2019). *DANE*. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/importaciones>
- Elosge, C., Oesterle, M., Stein, C., and Hattula, S. (2018). CEO succession and firms' internationalization processes: Insights from German companies. *International Business Review*, 367- 379.

- Fernhaber, S., Li, D., and Wu, A. (2019). Internationalization of emerging- economy new ventures: The role of within- country differences. *Business Horizons*.
- Fuentes, C., García, M., Pucheta, M., y Ruíz, E. (2015). El éxito de los procesos de fusión en el mercado de auditoría: el caso de PriceWaterhouseCoopers. *Revista de Contabilidad*, 55- 67.
- Geringer, M., and Beamish, P. (1989). Diversification Strategy and Internazionalization: Implications for MNE performance. *Strategic Management Journal*, 10, 109-119.
- Graterol-López, H., & Sigala- Paparella, L. (2014). Empresas de internacionalización acelerada: estudio de casos en Venezuela. *Estudios Gerenciales*, 461- 468.
- Griffith, T., and Shichun, X. (2008). Emerging themes in international business research. *Journal of International Business Studies*, 391220-1235.
- Grupo del Banco Mundial. (2017). Doing Business en Colombia 2017. En G. d. Mundial, *Doing Business en Colombia 2017* (pág. 7). Washington, D.C.: Grupo del Banco Mundial. Licencia Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO. .
- Hsieh, L., Child, J., Narooz, R., Elbanna, S., Karmowska, J., Marinova, S., and Zhang, Y. (2019). A multidimensional perspective of SME internationalization speed: The influence of entrepreneurial characteristics. *International Business Review*, 268- 283.
- Hymer, Vernon, y Dunning. (2002). Las teorías de la localización de la Inversión Extranjera Directa: Una aproximación. *Revista Galega de Economía*.
- Johanson, J., and Vahlne, J. (1997). Internationalization process of firm - model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 23-32.
- Kabongo, J., & Okpara, J. (2019). Timing and speed of internationalization: Evidence from African banks. *Journal of Business Research*, 12- 20.

- Lui, T., Wang, X., and Thye Woo, W. (2019). The road to currency internationalization: Global perspectives and chinese experience. *Emerging Markets Review*, 73- 101.
- Maitsa Customs Brokerage. (2019). *Maitsa Customs Brokerage*. Recuperado de <https://www.maitsa.com/transitario/que-es-el-incoterm-FOB>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Perfiles económicos departamentales*. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos/perfiles-economicos-por-departamentos/boyaca/oe-op-perfil-departamento-boyaca.pdf.aspx>
- Morales, J., y Algañaraz, V. (2016). Ciencias sociales, políticas de autonomía académica y estrategias de internacionalización en la última dictadura militar argentina (1974-1983) Un análisis de los casos de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales y el Centro de Estudios de Estado y. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 223- 245.
- Morgan Stanley Capital International. (2019). *MSCI*. Recuperado de <https://www.msci.com/market-classification>
- Ochoa, H., Correa, J., y Rizo, A. (2017). Proceso de internacionalización en el sector farmacéutico: el caso de la empresa colombiana Tecnoquímicas. *Estudios Gerenciales*, 421- 437.
- Oviatt, B., & McDougall, P. (1995). Global Start-ups: Entrepreneurs on a world wide stage . *Academy of Management Executive*.
- Picot- Coupey, K., Burt, S., and Cliquet, G. (2014). Retailers expansion mode choice in foreign markets: Antecedents for expansion mode choice in the light of internationalization theories. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 976- 991.
- Prado, R. (2015). La reconfiguración de los conflictos armados en las relaciones internacionales: la internacionalización del conflicto en Siria. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 187- 219.

- Rogers, E., and Kincaid, D. (1981). *Communication networks: toward a new paradigm for research*. Free Press, Nueva York.
- Rugman, A., and Verbeke, A. (2004). A perspective on regional and global strategies of multinational enterprises. *Journal of International Business Studies*.
- Sánchez, Á., and Pérez-Corral, A. (2018). Government Social Expenditure and Income Inequalities in the European Union. *Hacienda Pública Española/ Review of Public Economics* .
- Secretaría de Productividad, TIC y Gestión del conocimiento. (2014). *Catálogo de productos boyacenses- Boyacá exporta*. Recuperado de https://issuu.com/secticboyaca/docs/catalogo_boyaca_exporta
- Stopford, J. M., and Dunning, J. H. (1983). *Multinationals: Company Performance and Global Trends*. London: Macmillan.
- Tabares, S. (2010). *Revisión analítica de los procesos de Internacionalización de las PYMES*.(s.d).
- Tanhueco- Nepomuceno, L. (2019). Internationalization among selected HEIs in the ASEAN region: Basis for a proposed framework for an internationalized campus. *International Journal of Education Development*, 152-171.
- Tashman, P., Marano, V., and Babin, J. (2019). Firm- specific assets and the internationalization-performance relationship in the U.S movie studio industry. *International Business Review*.
- Thompson, E., Dericks, G., and Fai, F. (2019). Development and validation of a firm- level vertical and horizontal internationalization metric. *International Business Review*, 533-543.
- Tunja, C. d. (2018). *Boyacá en cifras*. Recuperado de https://ccomerciotunja.org.co/new/wp-content/uploads/2018/06/BOYACA-EN-CIFRAS_2018-2.pdf
- Universidad Autónoma de Madrid. (28 de Mayo de 2019). *UAM Biblioteca*. Obtenido de <https://biblioguias.uam.es/tutoriales/JCR>

Vahlne, J. E., and Johanson, J. (1977). The internationalization of the firm - A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*.

Vera, O. (2009). Cómo escribir artículos de revisión. *Revista Médica La Paz*.

Vila, N., Kuster, I., Canales, P., y Hernández, A. (2013). La internacionalización como variable moderadora en las estrategias fabricante-distribuidor. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 259- 269.