

Prólogo

La globalización ha permitido la generación de redes internacionales de producción en las que las empresas pueden insertarse si logran responder de maneras específicas a la demanda global. La tendencia creciente en el volumen transado de mercancías, servicios e inversiones alrededor del mundo propicia un escenario que, aunque complejo, ofrece oportunidades a quienes quieran ser parte de ese escenario.

Los incentivos del comercio internacional han favorecido el crecimiento de los mercados internos y externos y han implicado que un número importante de compañías intervengan en las operaciones con el extranjero no solo en lo comercial de la exportaciones e importaciones, sino también en el flujo de inversión extranjera y la contratación de mano de obra fuera del país de origen. Esas actividades son ejecutadas bajo el supuesto de que habrá beneficios para la empresa; sin embargo, para que ello suceda, es necesaria la construcción de estrategias organizacionales que de alguna manera permitan un correcto análisis, conocimiento y definición de cómo se desarrollarán las relaciones con el sector externo.

De esa manera, son diversos los retos que deben asumir las empresas que participan de flujos con el extranjero; no obstante, la mayoría de estos estarán ligados a las adecuaciones que deberá afrontar la compañía respecto al contexto en el que se va a desarrollar, en tanto que los análisis de costo y utilidad no serán suficientes y se requerirá un análisis más amplio, que incluso puede iniciar a partir de los ajustes organizacionales a realizar.

Así, la planificación de estrategias para la realización de negocios internacionales estará orientada a los objetivos que se trace

la organización y que contribuyan a su posicionamiento en el extranjero, sin perder de vista su mercado nacional. Esto implica, por ejemplo, un óptimo manejo de los recursos, la adecuada selección de los mercados y la innovación como importante generador de valor, entre otros.

Dada su importancia, no es de extrañar que el estudio del comercio internacional y sus dinámicas sea condición para el crecimiento de las relaciones económicas y, por ende, de las empresas que participan en estas. Ya desde el siglo XVIII, Adam Smith, a través de la teoría de la ventaja competitiva, se cuestionaba sobre los beneficios del intercambio entre las naciones. Desde entonces, se han dado varios aportes y avances hasta llegar a las propuestas teóricas de los años ochenta de Krugman y los estudios circundantes de Helpman y la propuesta ecléctica de Dunning, que constituyen un nuevo paradigma en el estudio de la economía internacional.

La mayoría de estos análisis se ha enfocado en determinar los factores y beneficios de desarrollar el comercio internacional, incluidos elementos como la competitividad, las economías de escala o la innovación, que enriquecen el estudio del problema de la internacionalización. Además de sus postulados y nuevos elementos de análisis, la generación de teorías da cuenta de un sistema internacional que es activo y por tanto cambiante; el escenario se reorganiza y nuevos retos nacen, así como nuevas oportunidades para quienes las estudien y las sepan aprovechar.

En Colombia, la investigación en el área no difiere de las realidades empresariales nacionales, por el contrario, es un reflejo de estas. Los grupos de investigación de la base de Colciencias que abordan temáticas alrededor de la economía y los negocios han propuesto como objeto de estudio una variedad de líneas en cuya mayoría la organización es el centro de análisis. Asimismo, han sugerido una serie de temas transversales como la responsabilidad social, la gestión de la cadena de suministros, la internacionalización, las finanzas, el comercio, el mercadeo, la gestión del recurso humano, entre otros.

Para Colciencias (2018), en el país existen 457 grupos de investigación reconocidos en el área, de los cuales el 40% está categorizado en A, A1 y B. Estos grupos han generado cerca de 56 000 productos de investigación, en su mayoría de nuevo conocimiento. Sin embargo, el reto es hacer visible los resultados de los procesos investigativos que se desarrollan en el país, de tal forma que contribuyan al desarrollo de la literatura en el campo.

En ese sentido, la base de Scopus muestra que a 2018 la publicación de artículos colombianos en el área de comercio internacional y afines se concentraba principalmente en temáticas relacionadas con el emprendimiento y la internacionalización y que su número ha ido aumentando. Para el 2010 tan solo se registraba un artículo publicado en revista indexada; en 2015, se contabilizaron 24, y en 2017 se publicaron 53. Pese a ello, el número de citas alcanzado por estos artículos es, de manera general, bajo; el 54,2% no cuenta con citación alguna y el 31% tiene menos de diez citas.

Así mismo, Scopus muestra que en las publicaciones de emprendimiento existen temáticas como el impacto de los factores ambientales, políticos y socioculturales en las organizaciones o la relación de esos factores con la innovación y la creatividad. También destaca la literatura sobre empresas (incluidos estudios de caso) en los artículos relacionados con la internacionalización de las pymes y aquella sobre toma de decisiones en los estudios organizacionales.

La producción investigativa en emprendimiento, internacionalización y organizaciones puede entenderse como una respuesta a las necesidades del contexto. En Colombia la promoción a la generación de empresa y su internacionalización son motores del crecimiento económico y herramientas para el posicionamiento en los mercados internacionales que deberían nutrirse de investigación formal. A su vez, esta última debe permear la formación de profesionales que estén en capacidad de dar respuestas a los cambiantes retos del entorno.

En esa medida, la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universitaria Agustiniana, como aporte a la generación

de espacios para la difusión de la investigación nacional, convocó a investigadores durante el segundo semestre del 2018 para que presentaran resultados de investigación en estas áreas de conocimiento. Se postularon trabajos en: i) internacionalización, eje en el cual se recibieron investigaciones sobre gestión para inserción en mercados internacionales, evaluación del comercio internacional y mercados globales; ii) gestión de las organizaciones, en el que se presentaron trabajos sobre el rol del gerente en las organizaciones, estrategias de la organización, modelos de gestión, gestión de capital humano y gestión en pymes; iii) contaduría y finanzas, cuyos tópicos giraron en torno a desafíos en la implementación de NIIF, dilemas éticos del contador y aportes a la contabilidad nacional; y iv) mercadeo, con trabajos sobre gerencia de mercadeo, gestión de marca, mercadeo en pymes, y posicionamiento y valoración de marca.

Como resultado de ese ejercicio, este libro recoge las tres mejores investigaciones evaluadas bajo la modalidad “doble ciego”. Los trabajos escogidos destacan por su originalidad y aporte a las diferentes áreas investigativas propuestas, ya que enriquecen la literatura y la academia colombiana. Aunque los temas son variados, existen puntos de encuentro entre las diferentes investigaciones respecto a elementos a tener en cuenta para generar competitividad y aprovechamiento de oportunidades en los mercados globales.

El primer capítulo corresponde al trabajo “Relación entre la internacionalización y la innovación en las empresas exportadoras del área metropolitana de Bucaramanga”, investigación desarrollada por el profesor Edgar Javier Gómez de la Universidad Santo Tomás. Esta busca determinar qué tanta incidencia tienen factores como: a) la creación o las modificaciones a los productos; b) la aplicación de nuevos y mejores métodos de producción; c) la innovación organizacional; d) la innovación en marketing, en la actividad exportadora de las empresas de esta región del país. Para este fin, es importante tener en cuenta que la innovación es reconocida como un importante factor para el crecimiento y la expansión de las empresas.

Aunada a los resultados de la investigación, el lector encontrará en este texto una caracterización del estado de la internacionalización de las empresas en Bucaramanga, además de un completo estudio de las teorías e investigaciones desarrolladas sobre la materia. El estudio se soporta, por ejemplo, en los postulados de Schumpeter sobre innovación, pero va más allá de la creación de productos y abarca los cambios endógenos en las empresas que pueden tener impacto en esta línea. En razón a esto, la investigación se apoya en el manual de Oslo de la OCDE y Eurostat para determinar las variables a medir entre la internacionalización versus la innovación. Esta es una propuesta que podría ser replicada en el análisis del comportamiento exportador en otras regiones del país, lo que abriría una línea de investigación para los interesados en la temática y generaría aportes al sector empresarial.

En el segundo capítulo, “Diferencias departamentales en el comercio intraindustrial colombiano con Estados Unidos y Latinoamérica”, escrito por Bernardo González Lozano, investigador del Banco de la República, Catherine Valencia González y Marco Aguilera-Prado, docentes investigadores de la Uniagustiniana, se busca identificar el comportamiento de las relaciones comerciales de diversos departamentos del país –Antioquia, Atlántico, Bogotá, Caldas, Cundinamarca, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca– con Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, México, Perú, Paraguay, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos, en el periodo 2011-2017. El objetivo es permitir un mejor aprovechamiento de las estrategias de las agencias de competitividad, al centrarse en la dinámica intraindustrial. El capítulo hace un balance de las relaciones comerciales del país en general y por departamentos, lo que permite identificar los principales socios y productos para cada caso. El estudio empleó el índice Grubel & Lloyd para calcular el comercio intraindustrial, mediante el cual se identificaron las regiones y productos más activos.

Finalmente, el capítulo “Factores determinantes del desarrollo de competencias financieras en los futuros profesionales de administración de empresas de universidades colombianas” de los

profesores Jorge Eliécer Gaitán Méndez, Diana Patricia Velásquez Castillo, Yeimi Viviana Marín Chaves, Andrés Rocha Alfonso y Yeimy Katherine Serrano, adscritos a la Uniagustiniana, se centra en la siguiente necesidad: dado que el profesional de esta área es el responsable de desarrollar procesos de diferente índole dentro de la organización (incluida la internacionalización), debe estar en la capacidad de adelantar una administración financiera eficiente, indispensable para la generación de valor en la empresa. El texto inicia con una explicación de lo que se entiende por competencias genéricas, específicas y financieras, e identifica las variables que permiten que los estudiantes de esta disciplina obtengan los mejores resultados en las Pruebas Saber, que dan cuenta de la adquisición de las competencias en mención.

El lector encontrará en este libro temáticas propias de las tendencias investigativas en áreas como la innovación y la internacionalización; así mismo, hallará espacios en los que es posible generar nuevas propuestas que le brinden a la academia y al país herramientas de análisis sobre el quehacer y el estado de la profesión y el sector externo. Esta es una invitación para continuar trabajando en la investigación y en la generación de espacios para su comunicación, objetivos con los que está comprometida la Editorial Uniagustiniana.

Claudia Paola García-Castiblanco
Editora



Referencia

Colciencias. (2018). Estadísticas generales grupos e investigadores. Recuperado de <http://www.colciencias.gov.co/la-ciencia-en-cifras/estadisticas-generales>