



## PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA PARA COMPRENDER SU RELEVANCIA ESTRATÉGICA

Gabriela Cervantes Zubirías<sup>1</sup>  
Mario Alberto Morales Rodríguez<sup>2</sup>  
Gloria Sandoval Flores<sup>3</sup>  
Marco Antonio Díaz Martínez<sup>4</sup>  
Reina Verónica Román Salinas<sup>5</sup>

1. Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Académica Multidisciplinaria Reynosa- Aztlán de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT-Reynosa-Aztlán). \* Autor de correspondencia [gabriela.cervantes@docentes.uat.edu.mx](mailto:gabriela.cervantes@docentes.uat.edu.mx)

2. Profesor de Tiempo Completo de la Universidad Académica Multidisciplinaria Reynosa- Aztlán de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT-Reynosa-Aztlán).

3. Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Académica Multidisciplinaria Reynosa- Aztlán de la Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT-Reynosa-Aztlán).

4. Profesor Investigador del TECNM INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE PÁNUCO

5. Profesora investigadora del TECNM INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE PÁNUCO

## RESUMEN

En un mundo empresarial tan competitivo las sociedades deben afrontar el reto de acceder a mercados globales con el fin de optimizar su capacidad y posibilidad a largo plazo. Diversos enfoques estratégicos están de acuerdo en que internacionalizarse afecta de manera significativo a las empresas, ya que demanda la valoración de los recursos, capacidades internas y factores del entorno, que se puede ver como procedencias o riesgos. Este proceso va desde la organización de actividades en el extranjero hasta la combinación total o parcial en mercados internacionales, considerando aspectos fundamentales como el tipo de negocio, la estructura financiera y la reciprocidad de conocimientos entre naciones. Asimismo, entre las metas relacionadas con la internacionalización se encuentran la ampliación de mercados, la disminución de los costos de producción y la mejora de las estructuras productivas y de distribución. El propósito de este estudio es destacar la relevancia de los procesos de internacionalización de las organizaciones mediante la revisión de la bibliografía existente. La metodología empleada incluyó una búsqueda organizada en bases de datos académicas como Scopus, Google académico, Eric, Scielo, Francis y Taylor, de acuerdo con criterios de inclusión establecidos (pertinencia de la temática calidad del método y actualidad). Los hallazgos relevaron elementos claves que llevan al éxito, barreras habituales y tendencias repetitivas en las estrategias de internacionalización de diferentes clases de organizaciones. Se deduce que la internacionalización no solo representa un camino de expansión, sino que se ha transformado en una exigencia estratégica para numerosas compañías en contextos de alta competencia. Esta revisión sistemática ofrece un marco conceptual renovado que puede servir como guía para futuros estudios o decisiones corporativas vinculadas con la expansión a escala global.

**Palabras Claves:** Competitividad organizacional, Estrategia empresarial, Expansión internacional Globalización, Internacionalización.

## ABSTRACT

In a business world that is becoming increasingly interconnected, companies must face the challenge of accessing global markets in order to improve their competitiveness and long-term viability. Different strategic approaches agree that internationalization has a significant impact on companies, as it requires the evaluation of resources, internal capabilities, and environmental factors, which can be seen as opportunities or risks. This process ranges from the planning of activities abroad to total or partial integration into international markets, considering fundamental aspects such as the type of business, the financial structure and the exchange of knowledge between nations. Likewise, among the goals related to internationalization are the expansion of markets, the reduction of production costs and the improvement of production and distribution structures. The purpose of this study is to highlight the relevance of the internationalization processes of organizations by reviewing the existing literature. The methodology used included an organized search in academic databases such as Scopus, Google Scholar, Eric, Scielo, choosing studies published between 2021 and 2025, according to established inclusion criteria (relevance of the topic, quality of the method and topicality). The findings revealed key elements that lead to success, common barriers and repetitive trends in the internationalization strategies of different types of organizations. It can be deduced that internationalization not only represents a path of expansion, but has also become a strategic requirement for many companies in contexts of high competition. This systematic review offers a renewed conceptual framework that can serve as a guide for future studies or corporate decisions related to expansion on a global scale.

**Keywords:** Organizational competitiveness, Business strategy, International expansion, Globalization, Internationalization.

## INTRODUCCIÓN

El siglo XXI trajo consigo cambios que revolucionaron muchos sectores, entre ellos el comercial. Aunque en épocas pasadas existía ya la comercialización de productos de una nación a otra los avances tecnológicos de nuestra modernidad han hecho que estos procesos se agilicen, pero también se saturen. Las tecnologías de la comunicación han avanzado a paso agigantados, pero la interconectividad no proviene exclusivamente de las comunicaciones, a nivel político, social, económico y cultural nos encontramos en un complejo tejido de relaciones que afectan en lo que consumimos y lo que deseamos consumir. Nos encontramos en un periodo que hace pensar al mundo como una gran red en la que todo se encuentra interconectado,

La internacionalización es un enfoque diseñado para ayudar a las entidades a alcanzar un crecimiento. Este procedimiento se implementa cuando la empresa se encuentra en una situación favorable y surgen diversas dificultades o áreas de mejora que pueden abordarse. Las ventajas de hacer que una empresa opere a nivel internacional son claras. Se considera una expansión más amplia de la firma, se refuerza tanto el producto como la marca, se aumenta la competitividad, se diversifican los mercados, y la internacionalización abre nuevas oportunidades comerciales que permitan no solo acceder a un mayor número de clientes, sino también a proveedores en todo el mundo. Además, representa un aspecto que facilita la diversificación de los mercados y la optimización de las inversiones en la empresa.(Osorio et al., 2024)

En el panorama actual de la economía mundial, marcado por una interdependencia cada vez mayor entre los mercados y el proceso acelerado de las tecnologías de la información, las entidades se ven obligadas a ajustarse a nuevas dinámicas de competencia. La internacionalización es una de las tácticas más destacadas para alcanzar este objetivo, definida como el procedimiento por el cual una entidad expande sus operaciones más allá de sus límites nacionales, con el objetivo de ingresar a nuevos mercados, diversificar riesgos, incrementar su competitividad y aprovechar las economías de escala.

Varios estudios han evidenciado que la internacionalización no solo representa un camino para el desarrollo económico, sino también un instrumento estratégico esencial para la sostenibilidad a largo plazo. No obstante, este procedimiento es intrincado y de múltiples aspectos, ya que requiere la atención de diversos factores.

Albertoni y Horta (2021) han examinado el progreso teórico que han experimentado las investigaciones relacionadas con la internacionalización de la compañía. Por esta razón, realizaron una revisión bibliográfica del estado actual relacionado con el asunto de interés. y de las teorías vinculadas al proceso de internacionalización gradual, de las perspectivas que abordan los procesos de internacionalización, se añadió al análisis con otros enfoques o modelos.

A pesar de su importancia, los estudios acerca de la internacionalización están dispersos en diversos enfoques teóricos y empíricos, lo que complica conseguir una perspectiva completa de su importancia estratégica. Por lo tanto, el objetivo de este estudio es llevar cabo una revisión sistemática de la literatura con el objetivo de reconocer, examinar y condensar el saber existente acerca de los procesos de internacionalización en las entidades, enfocándose en sus beneficios estratégicos, barreras compartidas y componentes esenciales para su implementación efectiva.

La internacionalización es una estrategia clave para la competitividad y el desarrollo de las organizaciones. Esta revisión no solo ofrece una comprensión teórica al fenómeno, sino que también brinda una base sólida para la toma de decisiones estratégicas de líderes de empresas, creadores de políticas. Como incluyó dos eventos principales: El aumento en el volumen de operaciones y la expansión del sector financiero, el comercio internacional y la inversión directa de las empresas globales. Las interacciones económicas mundiales que una empresa puede formar y pueden diferir según su naturaleza. Así las actividades comerciales de exportación e importación, en financiamiento en moneda extranjera o en las prácticas productivas mediante el uso de la tecnología. (González, 2024)

La investigación consistió en cinco apartados fundamentales. En la primera se muestra la introducción al tema del impacto que tiene la internacionalización y los procesos de las organizaciones. Como segundo término se muestra la metodología aplicada, así como en el tercero se detallan los resultados y discusión obtenidos en el transcurso de esta fase, en el cuarto se muestra así las conclusiones finalizando con las referencias bibliográficas.

## **ESTADO DEL ARTE**

### **Aspectos y niveles de internacionalización de la empresa**

Según el nivel de internacionalización que tengan las empresas y, en el esfuerzo por promover los acuerdos que las autoridades como en México hagan, estos beneficios comerciales pueden ser utilizados. La investigación denominada con el título La internacionalización de la empresa y el limitado aprovechamiento del acuerdo comercial alianza del pacífico. El caso de las empresas exportadoras de Sinaloa para corroborar lo anterior, examina el proceso de internacionalización de una compañía que, dentro del contexto de la Alianza del Pacífico (AP), comenzó a exportar a los países signatarios del pacto, y muestra los hallazgos de una encuesta realizada en Sinaloa acerca del nivel de entendimiento de este acuerdo en el sector exportador local.(Becerra-Pérez y Sánchez-Meléndez, 2021)

La internacionalización de las compañías se ha transformado en un asunto esencial en el panorama actual de globalización, en el que las posibilidades de crecimiento más allá de los límites nacionales se encuentran cada vez más al alcance. No obstante, este procedimiento no está exento de obstáculos, en particular para las empresas de pequeña y mediana escala del sector industrial en Medellín (Avenida y Flórez,2024)

### **Ventajas estratégicas de la globalización**

La internacionalización proporciona un conjunto de beneficios estratégicos, tales como la entrada a nuevos mercados, recursos, talentos y el fortalecimiento de la competencia, que incluye la mejora de la imagen de marca a escala global, Por lo tanto, es innegable que el estudio de la internacionalización de empresas internacionales en Colombia surge como una oportunidad estratégica para aprovechar estos beneficios y fortalecer su lugar en la región como una de las empresas de servicio de internet más importantes de Ecuador. (Martínez Vicuña, 2024)

Las ventajas de esta globalización económica pueden ser numerosas y el caso más evidente es el impacto beneficioso que ha experimentado la economía global en las últimas décadas. El

producto Interno Bruto global aumento de 89,6 billones de USD en 2010 a cerca de 149 billones para el 2021. Este incremento estimula la aspiración de las compañías de expandirse a nivel mundial, dado que existen numerosas oportunidades, desde una amplia gama de información gracias a la tecnología que se puede emplear para descubrir nuevas oportunidades comerciales, tanto en términos de productos como de ubicación. (Sandoval-Álvarez y Araya, 2024)

### **Modelos teóricos y métodos de estudio**

La aplicación de teorías estáticas y presupuestos de racionalidad económica al analizar el proceso de internacionalización ha llevado a definir la investigación en Negocios intencionales como una disciplina de tipo tautología. Propone el modelo de Uppsala como una opción teórica que sobrepasa estas restricciones el mecanismo principal del modelo presupone que las decisiones relacionadas con la internacionalización se toman progresivamente bajo una racionalidad económica, a través de la obtención de conocimiento basado en experiencias.(Bolaños, 2021)

### **Políticas públicas, innovación y acompañamiento institucional**

El papel del Estado y de las instituciones de apoyo empresarial es fundamental para facilitar procesos de internacionalización. Considerando, que la meta principal es reconocer las estrategias, y medidas que contribuyan a impulsar mejoras internas de manera que aumente la cobertura a nivel local y propicie las condiciones para un proceso de internacionalización. Para lograrlo, fue crucial la cooperación de entidades como el Ministerio de Industrias y productividad (MIPRO) y la comunicación directa con la compañía. Además de la utilización de instrumentos que facilitan la identificación de los puntos de mejora, se propusieron un plan segmentado en las áreas empresariales más relevantes con las medidas requeridas para que, tanto la innovación interna como la internacionalización de la compañía sean un proyecto factible a futuro.(Ortega López y Ortiz Dumas, 2021)

## **MARCO TEÓRICO**

### **Internacionalización y globalización: Pilares estratégicos**

La internacionalización se ha establecido como una táctica fundamental para el crecimiento económico y organizacional en un mundo profundamente globalizado. Para las naciones en vías de desarrollo, este proceso constituye una ocasión para potenciar sus habilidades en sectores como la ciencia, la tecnología, la innovación y la competitividad en el ámbito empresarial. De acuerdo con Echeverría King y Alvarez-Ruiz, (2023), la internacionalización de la investigación se ha transformado en un instrumento esencial para estos países facilitando la transmisión de saberes, la colaboración académica y la administración de proyectos interdisciplinarios a nivel mundial. En el contexto colombiano, los procesos de internacionalización universitaria han demostrado la importancia de fortalecer habilidades institucionales para gestionar correctamente proyectos internacionales, lo cual también se aplica al contexto organizacional.

La globalización ha cambiado drásticamente el modo en que las empresas funcionan, posibilitando una mayor apertura de los mercados locales a la competencia global y promoviendo la conectividad económica a nivel mundial(Ricart, Enright, Ghemawat, Hart y Khanna,2004). Como sugiere Barrios, (2025.), este fenómeno ha promovido la formación de bloques comerciales, la

liberalización del comercio de bienes y servicios, además de establecer marcos jurídicos beneficiosos para el flujo de inversiones, capital y recursos humanos. A pesar de que todavía existencia restricciones para lograr una integración económica mundial completa, las relaciones entre los países siguen creciendo, y con ellas, las posibilidades y retos para la internacionalización de las empresas.

La internacionalización, vista como fenómeno económico y estrategia de negocios y una empresa multinacional en su calidad de entidad organizativa y caso particular se caracteriza por su elevada complejidad conceptual y su variedad de perspectiva analítica. Su estudio desde diferentes puntos de vista ha generado una extensa perspectiva. Además, el fenómeno creciente de la globalización ha impulsado el progreso de las tecnologías de información y comunicación, junto con los constantes procesos de liberación económica y desregulación sectorial en múltiples naciones. (Villarreal, 2025)

El proceso de internacionalizarse se convierte en un elemento vital para las empresas, lo que implica realizar diversas acciones que comprenden un conjunto de actividades y pasos para operar en naciones ajenas a la propia. Por otro lado la creación de alianzas estratégicas y la adopción de franquicias internacionales, (Roda, 2020)

### **Internacionalización en Latinoamérica: retos y oportunidades**

El proceso de internacionalización en Colombia ha cobrado relevancia a medida que pasa el tiempo a causa de las modificaciones políticas y económicas. De la misma manera, las compañías de Colombia han modificado las estructuras internas de la organización para adaptarse a las necesidades actuales de manera más eficiente organizar las operaciones de sus actividades que les ha brindado la oportunidad de tener un posicionamiento más sólido en el mercado internacional y establecer alianzas con el objetivo de adquirir un posicionamiento óptimo en el mercado global, local, como foráneo. (Ordoñez, 2020.)

En este contexto, según la sociedad de Comercio Exterior del Perú COMEX (2016), una táctica fundamental para fomentar la internacionalización es a través de la estrategia como la exportación del sector alimentario es significativa, ya que existen progresos. (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) et al., 2020)

En este escenario la competitividad se transforma en un elemento crucial para que las organizaciones consigan integrarse en el contexto global. Por ejemplo, México se sitúa en la posición 69 de 132 naciones en cuanto a competitividad a nivel mundial.(Entrepreneur,2020). Según la más reciente investigación sobre demografía de los de los negocios 2020, del Instituto Nacional Estadística y Geografía, se encuentra presentes en el sector corporativo de México 4.9 millones de Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) que constituyen el 99% de todas las empresas en general, a nivel nacional (*Censo de Población y Vivienda 2020*, s. f.). No obstante, la implicación de estas entidades en el escenario es relevante. La participación internacional es casi inexistente, lo que representa un desafío para la competitividad del país.

## **Elementos clave y obstáculos en la internacionalización**

Diversos estudios han reconocido los factores clave que inciden en la elección de internacionalizar. Entre los aspectos más destacados se incluyen los gastos de transporte, los impuestos, el costo del destino, el plazo de entrega y las regulaciones del país de destino (Baena-Rojas et al., 2021). Por otro lado las barreras más comunes incluyen la falta de información sobre los mercados extranjeros, las diferencias culturales, la ausencia de una estrategia de comunicación efectiva y la desconfianza institucional (Quesada, 2025.)

El efecto a largo plazo de las corporaciones multinacionales foráneas en el capital humano de sus economías de origen, examinando una industria rica en saberes, la asesoría de ingeniería desde el punto de vista de un aliado convencional de inversores extranjeros en agrupaciones empresariales de naciones en desarrollo avanzado. Siguiendo una metodología de análisis de caso, el estudio se enfoca en dos consultoras líderes en España, establecidas por el grupo empresarial privado más grande de España. Urquijo, en asociación con compañías de Estados Unidos. Demostró que la organización del grupo fue esencial para atraer talento local y crear estrategias. (Álvaro-Moya et al., 2018)

## **Estrategias Empresariales de internacionalización**

Los intensos cambios que se producen en la economía global, impulsados por la globalización de los mercados y la creciente interconexión entre las economías, Incentiva que las compañías creen diversas maneras de ingresar a los mercados, exteriores, o sea, tácticas de penetración y crecimiento en el ámbito internacional como una manera de capitalizar las grandes oportunidades que surgen de ese contexto a escala mundial. Esa etapa, a menudo llamada internacionalización de las compañías ha sido extensamente examinado por la literatura relacionada con la administración, la gestión y la economía, con el objetivo de entender más profundamente los elementos que la explican y las variables que la rigen. (Berro, 2021)

Por ejemplo, el estudio de Baena-Rojas et al. (2021) en la industria química, evidencia que la implementación de métodos multicriterio contribuye a la priorización de mercados posibles. Por otro lado, otros estudios evidencian que la estrategia de internacionalización debe estar en sintonía con las habilidades organizativas, el saber acumulado y la perspectiva a largo plazo.

## **Internacionalización como fenómeno de naturaleza interdisciplinaria**

Si bien la mayoría de los estudios se centran en el ámbito empresarial otros enfoques en la investigación denominada secuenciación referente a la política de internacionalización entre Japón y Estados Unidos de América las iniciativas enfocadas primordialmente en la movilidad se relacionaban de manera ocasional con uno o varios de los cuatro tipos de estrategias; iniciativas con un propósito lingüístico vinculado de manera ocasional con el intercambio intercultural o la reforma del sistema.(Veeratomy y Hofmeyr, 2024)

Así mismo la función de las narrativas en los vínculos internacionales desde una perspectiva productiva del poder. Recojo las historias diseñadas por las entidades internacionales a nivel mundial y su comunicación por parte de las organizaciones de cooperación regional. En términos

metodológicos utilizo el estudio crítico del discurso para descubrir las narrativas y sus vínculos como red. En términos empíricos, examino los factores fundamentales (sistémicos y regionales) que tuvieron un impacto considerable en la formación de la Alianza del Pacífico destacando la influencia de las prácticas en la estructura y los arreglos institucionales sin pasar por alto su presencia. La trama Crisis-Oportunidad es edificada por foros y entidades internacionales. (Guerra-Barón, 2023)

A continuación, se muestra una tabla de sistematización que condensa los estudios más relevantes revisados acerca de los procesos de internacionalización de empresas en diversos entornos latinoamericanos. Esta sistematización facilita la identificación de patrones habituales, perspectivas teóricas, técnicas utilizadas y descubrimientos esenciales relacionados con el fenómeno, ofreciendo una perspectiva comparativa que potencia la comprensión del asunto. La clasificación por autor, país, enfoque y resultados permite al lector realizar un análisis crítico de la literatura examinada, además de detectar áreas de oportunidad o vacíos para futuros estudios.

**Tabla 1**

***Internacionalización empresarial***

<b>Autor(es) y año</b>	<b>País / Región</b>	<b>Objetivo de la investigación</b>	<b>hallazgos encontrados en la investigación</b>	<b>Relevancia para esta investigación</b>
Becerra-Pérez & Sánchez-Meléndez (2021)	México / Sinaloa	Análisis del conocimiento y aprovechamiento del Acuerdo de la Alianza del Pacífico por empresas exportadoras	Bajo nivel de conocimiento del acuerdo; escaso uso de sus beneficios por parte de las empresas locales	Evidencia la importancia de articular tratados comerciales con capacitación empresarial para internacionalización efectiva
Martínez Vicuña (2024)	Colombia Ecuador	Caso de éxito de empresa colombiana de servicios digitales que se internacionaliza en Ecuador	La internacionalización genera posicionamiento estratégico y competitividad regional	Demuestra cómo la internacionalización puede ser viable en empresas de servicios tecnológicamente habilitados
Bolaños (2021)	Base teórica	Crítica a modelos tradicionales (estáticos) y propuesta del modelo de Uppsala como marco progresivo	La toma de decisiones en internacionalización debe basarse en aprendizaje progresivo y no solo en racionalidad económica	Ofrece una base teórica alternativa más dinámica para entender el proceso de internacionalización
Álvarez (2024)	Globalización	Impacto del crecimiento económico global en el impulso a la internacionalización	El crecimiento del PIB mundial y el acceso a información aumentan las oportunidades internacionales	Contextualiza el entorno global como una oportunidad macroeconómica para expandirse
Ortega López & Ortiz Dumas (2021)	Ecuador	Acompañamiento institucional (MIPRO) en el desarrollo de un plan de internacionalización e innovación empresarial	La cooperación público-privada fortalece las capacidades organizacionales para internacionalizar	Destaca el rol del Estado y las políticas de innovación como catalizadores del proceso
Avendaño & Flórez (2024)	Colombia-Medellín	Barreras para la internacionalización en pymes del sector industrial	Las organizaciones enfrentan restricciones estructurales pese a tener potencial exportador	Señala los desafíos comunes para pymes, alineados con la problemática mexicana

**METODOLOGÍA**

Este estudio se llevó a cabo con una metodología cualitativa, con un diseño documental y un enfoque exploratorio, mediante una revisión sistemática de la literatura científica. La meta era reconocer los factores estratégicos, económicos y organizativos que inciden en los procesos de internacionalización de empresas, con un enfoque contextual enfocado en el sector textil, debido a su relevancia en las economías emergentes y su habilidad para extenderse a escala mundial. Se realizó una búsqueda estructurada de estudios en bases de datos académicas reconocidas: EBSCO, host,

[Revista de Investigación Multidisciplinaria Iberoamericana. RIMI](#) © 2023 by Elizabeth Sánchez Vázquez is licensed under

ERIC, Google Académico, SciELO, Se utilizaron combinaciones de palabras clave en español e inglés, tales como: Internacionalización, globalización, competitividad organizacional, estrategia empresarial, expansión internacional

Para asegurar la calidad y pertinencia de los datos, se consideraron los criterios de inclusión siguientes:

- Publicaciones actuales con no mas de 5 a 6 años de antigüedad
- Artículos académicos en español o inglés
- Estudios empíricos y revisiones sistemáticas
- Investigaciones centradas en procesos de internacionalización desde perspectivas estratégicas, organizacionales, económicas o sectoriales
- Estudios aplicados a sectores como textil, manufactura, tecnología y servicios

### **Criterios de exclusión**

Se excluyeron:

- Artículos de opinión, ensayos no académicos o literatura no convencional
- Investigaciones que no contuvieran certeza empírica o estudios profundo sobre internacionalización
- Estudios que tratarán la globalización sin realizar análisis organizativo.
- Ediciones en idiomas que no sean hispanas o inglés. **Elección y estudio de fuentes de información**

El proceso de búsqueda resulto después de aplicar los filtros de inclusión y exclusión, se escogieron 34 fuentes pertinentes. Estas pasaron por una manera de recitación crítica y clasificación temática, utilizando condiciones como:

- Factores que incentivan la internacionalización
- Barreras de origen interno y externo.
- Tácticas para ingresar a mercados
- Elementos culturales e institucionales
- Enfoques aplicados en el sectorio
- Modelos teóricos, ventajas y desventajas de la internacionalización

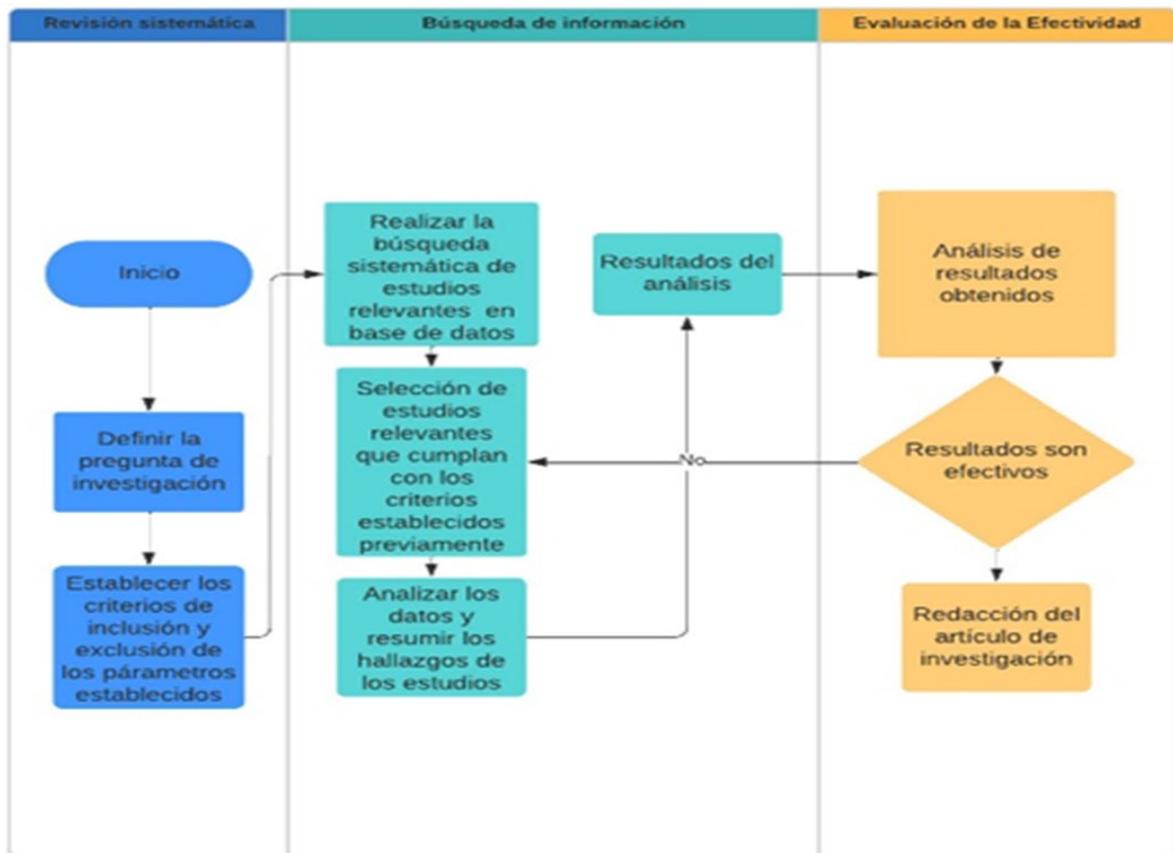
Esta perspectiva facilitó la representación de los descubrimientos teóricos en un escenario real, identificando el impacto de acuerdos comerciales (como el T-MEC y la Alianza del Pacífico), la capacidad de producción y los obstáculos estructurales a los que se enfrentan las pequeñas y medianas empresas de la industria. La incorporación del caso textil cumple con el criterio de saturación teórica por industria, frecuentemente empleado en investigaciones cualitativas para potenciar la utilidad de los descubrimientos. Este método no solo facilita la comprensión de las dinámicas globales del proceso de internacionalización, sino que también permite relacionarlas con

[Revista de Investigación Multidisciplinaria Iberoamericana, RIMI](#) © 2023 by [Elizabeth Sánchez Vázquez](#) is licensed under

situaciones económicas palpables en América Latina. Según (Ortega López y Ortiz Dumas, 2021) el análisis de áreas concretas facilita la identificación de dinámicas internas que mejoran la comprensión del fenómeno y su utilidad en situaciones reales.

**Figura 1**

*Proceso de revisión sistemática*



Una de las empresas manufactureras mexicanas utiliza este modelo de análisis para implementar la internacionalización que ha funcionado en su apogeo y es una industria textil mexicana como se aprecia en la tabla 2.

**Tabla 2**

*Ejemplo del análisis del proceso de internacionalización de una empresa mexicana manufacturera con giro textil.*

Aspecto	Proceso de internacionalización
<b>1. Ampliación Geográfica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• América del Norte: Principal mercado de exportación, utilizando la cercanía geográfica y tratados de comercios como el T-MEC.</li> <li>• Euroasia: Ampliación a naciones como España, centrada en la moda sostenible.</li> <li>• Centroamérica y Asia: En particular en naciones como India.</li> </ul>
<b>2. Productos Diversificados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Textiles ecológicas:</b> Concentración en la fabricación de textiles sustentables para satisfacer la demanda creciente de productos amigables con el medio ambiente.</li> <li>• <b>Innovación en artículos:</b> Elaboración de textiles con características especiales (antiarrugas, resistentes al agua, etc.).</li> </ul>
<b>3. Alianzas de carácter estratégico.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas con destacadas marcas internacionales cooperar con varias compañías para suministrarles artículos textiles y formar parte de su cadena de valor.</li> <li>• Distribuidores a nivel global: Creación de vínculos con distribuidores en Asia y Europa con el objetivo de expandir la distribución de los productos de la compañía textil.</li> </ul>
<b>4. Tácticas de Marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing regional: Ajuste de la gamma de productos a los gustos culturales de cada zona, poniendo especial atención en la moda sostenible en Europa y en productos de excelente calidad en Estados Unidos.</li> <li>• Tácticas multicanal: Empleo de establecimientos físicos, redes de venta al pormenor y plataformas digitales para alcanzar a clientes internacionales.</li> </ul>
<b>5. Mejora de la Cadena de Suministro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integración en el plano vertical: Regulación de la cadena de abastecimiento desde la producción de fibra hasta la producción final de textiles, garantizando la calidad y minimizando los gastos.</li> <li>• Lugares de reparto: Creación de núcleos logísticos, en mercados importantes como Estados Unidos y Europa, disminuyendo los periodos de entrega y optimizando los gastos asociados a la logística.</li> </ul>

## 6. Utilización de tratados comerciales

- T-MEC: Uso del acuerdo T-MEC (Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá) para disminuir obstáculos arancelarios y simplificar la exportación de bienes textiles.
- Acuerdos de doble vía: En mercados de asiáticos, la compañía textil ha utilizado convenios de comercios y políticas de libre comercio para entrar a estos mercados de forma competitiva.

## 7. Tácticas de ajuste cultural y adaptación

- Personalización de los productos: Adaptación de los productos textiles a los gustos locales en términos de diseño, calidad y utilidad en cada mercado global. Cultura empresarial adaptable, desarrollo de un modelo de negocio que pueda ajustarse a las exigencias y requerimientos de cada zona, manteniendo la cultura local.

En el análisis realizado se muestra en la siguiente tabla 3 las ventajas y desventajas de diversos estudios previos del impacto al internacionalizar las empresas considerando diversos criterios como son: El acceso a nuevos mercados, diversificación de productos, mejora competitiva, aumento de la eficacia, acceso a nuevos recursos, riesgos políticos y económicos. Diferencias culturales y legal.

**Tabla 3**

*Ventajas y desventajas de la internacionalización de las empresas*

Aspecto	Ventajas	Desventajas
<b>Acceso a nuevos mercados</b>	El objetivo de lograr una mayor equidad en las condiciones de acceso al comercio internacional. (Otero, 2025)	Sin embargo, en algunos países pueden existir restricciones, obstáculos que puedan afectar las condiciones de equidad en el comercio global con un país o una región determinada.
<b>Diversificación de la producción</b>	La aparición de nuevos competidores, impulsan a las compañías a iniciar proyecto, procedimientos que le faciliten la supervivencia en el mercado (Martínez, 2025)	Las compañías de pequeña y mediana escala no deben restringirse únicamente a poseer presencia en el mercado. Es necesario implementar procesos de internacionalización a nivel local para potenciar su eficiencia.
<b>Mejora de la competitiva</b>	De esta forma deberá poseer una amplia capacidad de adaptación para modificar su	A medida que las empresas se demoren más en su proceso de internacionalización, mayor será el peligro de aislarse de los mercados que controlan la

	estilo marketing dentro de los nuevos criterios (Navarro, 2025)	economía internacionalización.
<b>Aumento de la eficiencia</b>	En el núcleo del emprendimiento, se encuentra la colaboración, la creación y competitividad. Resalta la conexión con el desarrollo económico y las áreas de la productividad y el marketing (Riquett Villegas et al., 2025)	En términos generales, el contexto de desacoplamiento provoca efectos más limitantes para las pequeñas y medianas empresas de América Brasileña. Al verse obligadas a optar, por un lado, las compañías se ven obligadas a disminuir la relación con el gobierno, el proveedor más productivo (China).
<b>Acceso a nuevos recursos</b>	ventajas que se expresan en una reducción de la tasa del impuesto a los ingresos; deducciones en el pago del impuesto de importación; sistemas especiales para la deducción de impuestos y la creación de zonas operativas, entre otros factores. (Vallejo-Almeida, 2017)	Es evidente que estas tácticas todavía requieren modificaciones para captar la atención, recursos, proveedores, tecnología, personal y entre otros recursos para la realización de la tarea
<b>Riesgos, político y económico</b>	Las compañías en algunos de los aspectos más significativos que controlan su existencia en algunas de las áreas más significativas que dirigen su existencia operación consideran los riesgos políticos y económicos. (Martínez y Alvarado, 2025.)	Las pequeñas y medianas empresas se encuentran con diversos desafíos no solo en otros países, no a nivel global estos problemas se entienden desde su gestión hasta la administración falta de rendimiento
<b>Diferencias culturales y legales</b>	Consistencia con la que se adoptan las decisiones, tanto en lo que respecta a la toma de decisiones a nivel corporativo como funcional, imprescindibles para la administración de la empresa, puesta en marcha de las estrategias escogidas.	Además de la limitada población y muestra, también se encuentra limitado el número de participantes en la población, seleccionadas y de naturaleza exploratoria para el estudio, en una de las mayores restricciones laborales.

(Torquemada-Nieves y García-Muiña, 2013)

### **Gestión de la cadena de suministro**

Las nuevas modalidades de rendimiento e impulsando acciones que muestren desarrollo y pragmatismo, y orientan sus actividades fructíferas hacia la administración del conocimiento y a su vez internamente entorno a los procesos de la cadena de suministro Internacional. (Vega, 2025)

Es notable que indican que al no existir esfuerzos para construirlo o para otorgarle valor a sus aliados o proveedores que los distribuyan, no les facilitan el acceso a mercados más extensos y se encuentran sometidos a los precios que ofrecen las páginas más destacadas del mercado.

---

## **RESULTADOS**

### **Insertarse en el mercado mundial**

Los hallazgos de la revisión mostraron que el proceso de la internacionalización es sumamente complejo, no es apto para todas las empresas. Además de cierto grado productivo, se deben cumplir otros requisitos que permitan la expansión. Puede decirse que la eliminación de ciertos prejuicios culturales es importante debido a que se necesita capacidad de adaptación al nuevo medio. Se estará en contacto frecuente con un nuevo grupo poblacional, aunque el sector de mercado sea el mismo, incluso si se tratara de un nuevo sector las habilidades de responder a la nueva demanda van a definir la continuidad o desaparición de nuestro producto.

### **Infraestructura, logística y tecnología**

En análisis también reflejo que el transporte y la comunicación son esenciales para el triunfo del comercio internacional. Según las estimaciones realizadas, las empresas deben mantener un flujo constante de insumos o del producto en sí, para ello, es relevante la implementación de las tecnologías de la información.

Las empresas deben conocerse muy bien a sí mismas, su capacidad de producción, y también deben conocer las capacidades de su administración. Se recomienda hacer un análisis de las fortalezas y debilidades internas para saber si aventurarse al mercado exterior es un acierto. A esto debe aunarse el cumplimiento puntual de las políticas de exportación e importación que debe estar acorde al plan de negocios planteado para tal objetivo.

### **Estrategia multinacional**

Una vez que se sabe el lugar que ocupa México dentro de la producción textil a nivel internacional, y que sus ventajas competitivas han decaído en relación con países asiáticos de menor tamaño, considero que la estrategia más adecuada sería una de corte multinacional.

A pesar de que México ha implementado la innovación y la tecnología para mejorar su producción, sigue habiendo gigantes de la producción textil que hacen el camino más difícil. Quisiera volver sobre el T-MEC para resaltar ciertas ventajas que ofrece a la producción mexicana, una de ellas es que los productos considerados artesanales tienen una cuota menor que el resto. Ciertamente la empresa hipotética que he planteado no se dedicaría a la producción de este tipo de textiles, puede utilizarse la idea de la especialización de productos como una forma de integrarse a la competencia internacional, pero segmentado a los mercados. Es decir que lo más conveniente no sería lanzarse a las estrategias globales cuando el panorama general muestra que existen competidores con mayores rendimientos y con acceso a mejor tecnología.

Si se pretendiera incursionar en una estrategia global o multinacional como requisito mínimo se requeriría de una estructura que permita la producción necesaria para seguir el paso de producción a otros grandes competidores. En cambio, la multinacionalidad permite que las empresas utilicen a su beneficio las condiciones locales, sin pretensiones de estandarizar el producto, lo que implica que los costes de transporte pueden reducirse si la producción se localiza en distintos puntos y no en un solo lugar.

### **Factores políticos y acceso a mercados**

Los hallazgos también señalaron que la accesibilidad a los mercados tiene un papel protagónico, México se encuentra en una posición privilegiada pues sus relaciones con otras naciones pueden catalogarse como buenas, aunque la influencia que Estados Unidos ejerce sobre nuestro país pesa mucho. La política define el acceso que se puede tener a ciertos mercados. La internacionalización de una empresa implica la constante alineación a las relaciones políticas y a las medidas arancelarias que cada país adopta, en los impuestos que deben pagarse se refleja la intención de las naciones para que el comercio fluya o se detenga.

### **Implicaciones para la estrategia empresarial**

Finalmente, se determinó que las empresas que ofrecen productos muy especializados, como las del ámbito de la confección, han conseguido posicionarse de manera exitosa gracias a una diversificación geográfica centrada en la calidad y la diferenciación. Esta táctica permitió a estas compañías sortear la competencia directa con grandes marcas internacionales.

### **DISCUSIÓN**

Los resultados de este análisis sistemático corroboran que los procedimientos de internacionalización son una táctica esencial para las entidades que aspiran a fortalecer su posición competitiva, entrar a nuevos mercados y asegurar su viabilidad a largo plazo. El estudio de la literatura muestra una tendencia ascendente hacia la internacionalización precoz, particularmente en compañías innovadoras, tecnológicamente avanzadas o situadas en áreas con alta presión competitiva, lo que apoya los principios del enfoque del emprendimiento internacional

Una de las características más sobresalientes es la importancia de la administración, la gestión y la economía son internas para el triunfo del proceso de internacionalización. Como sugieren los aportes de Berro (2021) las compañías con más recursos humanos, saber organizacional,

habilidad para innovar y redes de contactos estratégicos poseen un beneficio considerable al incursionar en los mercados globales. Este descubrimiento ha sido habitual en investigaciones de grandes corporaciones y pequeñas y medianas empresas, aunque estas últimas se topan con más obstáculos estructurales, como restricciones económicas o ausencia de experiencia anterior.

Además, la revisión pone de manifiesto la relevancia del modelo de Uppsala, particularmente en situaciones donde la incertidumbre del contexto global es considerable. Numerosas compañías eligen tácticas de internacionalización paulatina, iniciando en mercados próximos cultural o geográficamente, y solo después expandiéndose hacia lugares más complicados. No obstante, este modelo se ve enriquecido por perspectivas más enérgicas, como la teoría del networking, que resalta cómo las relaciones interorganizacionales facilitan la superación de obstáculos de entrada, la reducción de riesgos y la agilización del aprendizaje en entornos globales.

Un descubrimiento significativo en escenarios latinoamericanos, particularmente en pequeñas y medianas empresas, es la detección de barreras comunes como el desconocimiento del mercado global, vulnerabilidades en la infraestructura tecnológica, limitado acceso a financiación y sistemas regulatorios inseguros. Estos elementos restringen la habilidad de numerosas organizaciones para realizar una internacionalización eficaz y duradera. No obstante, diversas investigaciones indican que estos obstáculos pueden ser vencidos a través de alianzas estratégicas, digitalización y respaldo institucional, resaltando así la importancia de las políticas públicas y programas de promoción de la internacionalización.

Finalmente, aunque la literatura proporciona una sólida base teórica, se detectan importantes vacíos en relación a investigaciones longitudinales, comparaciones entre regiones y enfoques en sectores en desarrollo. Igualmente, se nota una ausencia de acuerdo sobre los indicadores más eficientes para evaluar el éxito de la internacionalización, lo que ofrece posibilidades para futuros estudios.

## **CONCLUSIÓN**

Los resultados de este análisis sistemático demuestran que los procesos de internacionalización son una táctica fundamental para el posicionamiento competitivo y sostenible de las organizaciones en un contexto global cambiante. Se reconocieron elementos cruciales como la habilidad para adaptarse a una organización, la planificación estratégica, la utilización de acuerdos internacionales y la administración del conocimiento, todos ellos fundamentales para un crecimiento exitoso.

Concretamente, se observó que las pequeñas y medianas empresas enfrentan mayores dificultades estructurales en su proceso de internacionalización, aunque también poseen oportunidades significativas al implementar modelos que sean flexibles, escalables y ajustados a su sector, tal como el ejemplo del sector textil.

Además, se evidenció que, aunque existen barreras culturales, regulatorias, económicas, estas pueden ser atenuadas a través de una preparación apropiada, alianzas estratégicas, la revisión subraya la relevancia de desarrollar habilidades internas que faciliten no solo entradas de nuevos mercados, sino también la preservación de operaciones sostenibles a largo plazo.

En resumen, la internacionalización no debe interpretarse como una alternativa independiente, sino como una demanda estratégica vinculada al crecimiento organización, particularmente en escenarios latinoamericanos donde la integración mundial todavía muestra desigualdades. Las ventajas detectadas tales como la diversificación del riesgo, el aprendizaje organización y el incremento en la competitividad respaldan la inversión en estrategias internacionales bien estructuradas, basadas en análisis anteriores, políticas de respaldo y capacidad de adaptación sectorial.

## REFERENCIAS

- Albertoni, N., y Horta, R. (2021). Análisis de la evolución teórica de estudios vinculados a la internacionalización de la empresa. *Estudios de Administración*, 28(2), 76. <https://doi.org/10.5354/0719-0816.2021.64571>
- Álvaro-Moya, A., Puig, N.Úria, y and Torres, E. (2020). Managing foreign know-how and local human capital: Urquijo Group and the rise of Spanish engineering firms. *Business History*, 62(7), 1231-1253. <https://doi.org/10.1080/00076791.2017.1413093>
- Avendaño, M. A., y Flórez, M. G. (2024). *EXPLORACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA EMPRESAS INDUSTRIALES EN MEDELLÍN: DESAFÍOS, OPORTUNIDADES Y SOLUCIONES*.
- Baena-Rojas, J. J., Vanegas-López, Juan Gabriel, y and López-Cadavid, D. A. (2021). Determining Factors in the Choice of Export Markets for Chemical Products. *Latin American Business Review*, 22(2), 107-130. <https://doi.org/10.1080/10978526.2020.1827414>
- Barrios, I. J. O. (2025). *LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA DESE UNA PERSPECTIVA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES*. Recuperado 7 de mayo de 2025, de [https://www.academia.edu/44835292/LA\\_INTERNACIONALIZACI%C3%93N\\_DE\\_LA\\_EMPRESA\\_DESE\\_UNA\\_PERSPECTIVA\\_DE\\_NEGOCIOS\\_INTERNACIONALES](https://www.academia.edu/44835292/LA_INTERNACIONALIZACI%C3%93N_DE_LA_EMPRESA_DESE_UNA_PERSPECTIVA_DE_NEGOCIOS_INTERNACIONALES)
- Becerra-Pérez, L. A., y Sánchez-Meléndez, E. P. (2021). La internacionalización de la empresa y el limitado aprovechamiento del Acuerdo Comercial Alianza del Pacífico. El caso de las empresas exportadoras de Sinaloa / The internationalization of the company and the limited use of the Pacific Alliance Trade Agr. *EconomíaUNAM*, 18(53), Article 53. <https://doi.org/10.22201/fe.24488143e.2021.53.634>
- Berro, R. H. (2021). Análisis de la evolución teórica de estudios vinculados a la internacionalización de la empresa. *Estudios de Administración*. [https://www.academia.edu/76028874/An%C3%A1lisis\\_de\\_la\\_evoluci%C3%B3n\\_te%C3%B3rica\\_de\\_estudios\\_vinculados\\_a\\_la\\_internacionalizaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_empresa](https://www.academia.edu/76028874/An%C3%A1lisis_de_la_evoluci%C3%B3n_te%C3%B3rica_de_estudios_vinculados_a_la_internacionalizaci%C3%B3n_de_la_empresa)
- Bolaños, J. P. (2021). *Internacionalización progresiva de empresas exportadoras: El rol de la toma de decisiones, la formación de rutinas y la búsqueda y elección de alternativas*. *Censo de Población y Vivienda 2020*. Recuperado 2 de agosto de 2025, de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>
- Entrepreneur | March 2020*. Entrepreneur. Recuperado 2 de agosto de 2025, de <https://www.entrepreneur.com/entrepreneur/2020/03>
- González, I. S. (2024). *La internacionalización de la empresa castellano-leonesa*. Recuperado 7 de mayo de 2025, de [https://www.academia.edu/124133904/La\\_internacionalizaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_empresa\\_castellano\\_leonesa](https://www.academia.edu/124133904/La_internacionalizaci%C3%B3n_de_la_empresa_castellano_leonesa)
- Guerra-Barón, A. (2023). Las narrativas Crisis-Oportunidad y Empresarial de los organismos de cooperación y su incidencia en la concepción y construcción de la Alianza del Pacífico.

*Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies / Revue canadienne des études latino-américaines et caraïbes*, 48(2), 236-257.  
<https://doi.org/10.1080/08263663.2023.2186598>

- Luisa Fernanda Echeverría King, P., y Alvarez-Ruiz, L. (2023). La internacionalización de la investigación en países emergentes: Perspectivas de gestores de internacionalización en Colombia. *REVISTA COLOMBIANA DE CIENCIAS SOCIALES*.  
[https://www.academia.edu/98039669/La\\_internacionalizaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_en\\_pa%C3%ADses\\_emergentes\\_perspectivas\\_de\\_gestores\\_de\\_internacionalizaci%C3%B3n\\_en\\_Colombia](https://www.academia.edu/98039669/La_internacionalizaci%C3%B3n_de_la_investigaci%C3%B3n_en_pa%C3%ADses_emergentes_perspectivas_de_gestores_de_internacionalizaci%C3%B3n_en_Colombia)
- Martínez, J. J. (2025). *ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES COLOMBIANAS*.
- Martínez, M. M. A., y Alvarado, K. I. M. (2025). *LAS PYMES ANTE EL PROCESO DE LA GLOBALIZACIÓN*.
- Martínez Vicuña, J. S. (2024). *Análisis de la internacionalización de la empresa GoNet a Colombia* [bachelorThesis, Universidad del Azuay].  
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/14824>
- Navarro, R. E. Q. (2025). *MERCADOTECNIA INTERNACIONAL*.
- Ordoñez, N. G. (2020). *Factores determinantes para la internacionalización de las empresas y su posible aplicación en la internacionalización de las empresas colombianas*.
- Ortega López, M. P., y Ortiz Dumas, C. A. (2021a). *Plan de mejoramiento competitivo para la internacionalización de la empresa comercializadora de accesorios para mascota Betoven Cia. Ltda.* [bachelorThesis, Universidad del Azuay].  
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11139>
- Ortega López, M. P., y Ortiz Dumas, C. A. (2021b). *Plan de mejoramiento competitivo para la internacionalización de la empresa comercializadora de accesorios para mascota Betoven Cia. Ltda.* [bachelorThesis, Universidad del Azuay].  
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11139>
- Osorio, L. M. B., Mina, L. G., y Guerrero, E. J. (2024). INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA DE ALIMENTOS OICATA DEL PRODUCTO MIEL HACIA ESTADOS UNIDOS. *Revista Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas -FACCEA*, 14(1), Article 1.  
<https://doi.org/10.47847/faccea.v14n1a4>
- Otero, 2025. (2016). *Marco estratégico de cooperación triangular*. APC-Colombia Dirección de Oferta de Cooperación Internacional.
- Quesada, J. (2025). *Internacionalización de la empresa Avianca-TACA*. Recuperado 8 de mayo de 2025, de [https://www.academia.edu/16569531/Internacionalizacion\\_de\\_la\\_empresa\\_Avianca\\_TA\\_CA](https://www.academia.edu/16569531/Internacionalizacion_de_la_empresa_Avianca_TA_CA)
- (Ricart, Enright, Ghemawat, Hart y Khanna,2004). - *Google Search*. (s. f.). Recuperado 2 de agosto de 2025, de [https://www.google.com/search?q=%28Ricart%2C+Enright%2C+Ghemawat%2C+Hart+%26+Khanna%2C2004%29.+ysca\\_esv=5bc343934f92835dysxsrf=AE3Tif045eHSfAVJnJGW8GXRdjM8BwUGcw%3A1754192090759yei=2ti0aLaHLuSnqtsPur-TgAwyved=0ahUKewi23L\\_j2u20AxXkk2oFHbrfBMAQ4dUDCBAYuact=5yoq=%28Ricart%2C+Enright%2C+Ghemawat%2C+Hart+%26+Khanna%2C2004%29.+ygs\\_lp=Egxnd3Mtd2l6LXNlcnAiMShSaWNhcnQsIEVucmlnaHQsIEdoZW1hd2F0LCBIYXU0ICYgS2hhbm5hLDlwMDQpLiAyBBAjGCcyCBAAGIAEGKIEMgUQABjvBTIIEAAYgAQYogQyBRAAGO8FMgUQABjvBUjyA1AAW](https://www.google.com/search?q=%28Ricart%2C+Enright%2C+Ghemawat%2C+Hart+%26+Khanna%2C2004%29.+ysca_esv=5bc343934f92835dysxsrf=AE3Tif045eHSfAVJnJGW8GXRdjM8BwUGcw%3A1754192090759yei=2ti0aLaHLuSnqtsPur-TgAwyved=0ahUKewi23L_j2u20AxXkk2oFHbrfBMAQ4dUDCBAYuact=5yoq=%28Ricart%2C+Enright%2C+Ghemawat%2C+Hart+%26+Khanna%2C2004%29.+ygs_lp=Egxnd3Mtd2l6LXNlcnAiMShSaWNhcnQsIEVucmlnaHQsIEdoZW1hd2F0LCBIYXU0ICYgS2hhbm5hLDlwMDQpLiAyBBAjGCcyCBAAGIAEGKIEMgUQABjvBTIIEAAYgAQYogQyBRAAGO8FMgUQABjvBUjyA1AAW)

- L8BcAF4AJABAJgBmQGgAZkBgqEDMC4xuAEDyAEA-AEB-AECmAlCoAKtAagCEMICBxAjGCcY6gLCAGcQLhgnGOoCwGINECMY8AUyXjJAHjqAsICFBAAGI AEGJECGLQCGLoFGOoC2AEBwglXEC4YgAQYkQIYtAIYyAMYigUY6gLYAQGYAwzxBVzXX5uOrLG 7ugYGCAEQARgBkgcDMS4xoAebBrIHAzAuMbgHoQHCBwUyLTEuMcgHEQysclient=gws-wiz-serp
- Riquett Villegas, C., Nunes Pozzo, D., García Tamayo, D. M., Baños-Ochoa, E., Lombana-Díaz, E., Ramírez Sáenz, E., Avendaño Arias, F. P., Ferrer Toscano, H. E., Guerrero Sierra, H. F., Lombana-Coy, J., Rojas Mora, J. E., Castro Hurtado, J. R., Méndez Amaya, J. A., Reales Correa, K., Palacios-Chacón, L., Ortiz-Velásquez, M., Olarte Libreros, M. M., De la Peña, N., Escobar Uribe, N. V., ... Pantoja Arias, Z. (2025). *Internacionalización de las pymes colombianas: Una reflexión académica*. Universidad de La Salle. Ediciones Unisalle. <https://hdl.handle.net/20.500.14625/41943>
- Roda, D. E. R. (2020). *La internacionalización y las franquicias de la empresa Grupo Empresarial Willcorp Perú S.A.C., 2019*. [https://www.academia.edu/102420855/La\\_internacionalizaci%C3%B3n\\_y\\_las\\_franquicias\\_de\\_la\\_empresa\\_Grupo\\_Empresarial\\_Willcorp\\_Per%C3%BA\\_S\\_A\\_C\\_2019](https://www.academia.edu/102420855/La_internacionalizaci%C3%B3n_y_las_franquicias_de_la_empresa_Grupo_Empresarial_Willcorp_Per%C3%BA_S_A_C_2019)
- Sandoval-Álvarez, C., y Araya, J. D. B. (2024). Capital humano y grado de internacionalización. Un estudio empírico sobre empresas costarricenses. *Estudios Gerenciales*, 121-135. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2024.170.6315>
- Torquemada-Nieves, L., y García-Muiña, F. E. (2013). *ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO. EL ESTUDIO DE CUATRO GRANDES GRUPOS HOTELEROS ESPAÑOLES. 1885*.
- Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Aguirre Gonzales, L. G., y Olivares Zárate, T. S. (2020). *Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018* [Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. <https://doi.org/10.19083/tesis/651667>
- Vallejo-Almeida, G. (2017). *La Inversión Extranjera Directa en el marco de la economía global*. Bogotá: Universidad Católica de Colombia, 2017. <https://repository.ucatolica.edu.co/entities/publication/5921525d-1cb9-4892-bfb8-952d0e1d3bee>
- Veerasamy, Y. S., y Hofmeyr, A. S. (2024). Sequencing Internationalization Policy in the 21st Century: A Comparative Analysis between Japan and the United States of America. *Journal of Comparative and International Higher Education*, 16(3), 236-249.
- Vega, R. G. A. (2025). Potenciando la Competitividad: La Clave entre la Gestión del Conocimiento y la Madurez en la Cadena de Suministro en Colombia. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(2), Article 2. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v9i2.16857](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2.16857)
- Villarreal, O. (2025). *La estrategia de internacionalización de la empresa. Un estudio de casos de multinacionales vascas*. Recuperado 8 de mayo de 2025, de [https://www.academia.edu/101926161/La\\_estrategia\\_de\\_internacionalizaci%C3%B3n\\_de\\_la\\_empresa\\_Un\\_estudio\\_de\\_casos\\_de\\_multinacionales\\_vascas](https://www.academia.edu/101926161/La_estrategia_de_internacionalizaci%C3%B3n_de_la_empresa_Un_estudio_de_casos_de_multinacionales_vascas)