

“Identificación de factores de éxito derivados del proceso de integración económica europeo que favorezcan la internacionalización de las Pymes de la Región Centro de Argentina”

Autor:

Agramunt, Luis Felipe; Andrés, María Fernanda; del Barco, María Sol y Calafell, Eduardo

E-mail

lagramunt@fce.unl.edu.ar - mfandres@fce.unl.edu.ar - mdelbarco@fce.unl.edu.ar -
educalafell@hotmail.com

Eje Temático

Administración

Introducción

Las pymes de la Región Centro de Argentina y en particular aquellas de base tecnológica (EBT) han mostrado en los últimos años una creciente y exitosa internacionalización de sus operaciones. En Storey y Tether (1998) se revisan estudios realizados en dieciséis países en los que se utilizan definiciones amplias del concepto y se define como Empresa de Base Tecnológica a “pequeñas empresas de propiedad independiente y de reciente creación que operan en sectores de alta tecnología”. Dentro de las EBT dos sectores muestran claramente esta tendencia y uno de ellos, el de software y servicios informáticos (también conocido como TIC’s) ha adquirido características especiales que ameritan el estudio de las causas que lo vienen promoviendo y que resultan clave para continuarlo.

En tal sentido esta investigación se centra en indagar sobre aquellos factores que, siendo determinantes del proceso de internacionalización, guardan una más directa vinculación con los

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

estímulos derivados de los procesos de integración económica. Siendo que las empresas se encuentran inmersas en países que forman parte de procesos de integración económica poco desarrollados a la fecha (Mercosur, Unasur) se plantea la identificación de tales factores que puedan haber influido o estén influyendo y que surjan del proceso de integración económica más desarrollado: el de la Unión Europea (UE).

A tal fin se plantean cuatro hipótesis de trabajo. Previamente se acotó el campo de estudio a las pymes del sector TIC's localizadas en la Región Centro de Argentina. El alcance del término "localizadas" remite a la prestación de servicios en el área de las provincias de Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos independientemente de su domicilio legal y de si son casas centrales, matrices, sucursales u oficinas. Abarca asimismo empresas de capital nacional o extranjero y su tamaño está definido por el nivel de facturación (según Resolución SPMEDR N° 21/10, luego modificada por Resolución N° 50/3 el nivel de ventas totales para empresas del sector Industria y Minería asciende a \$ 183.000.000), independientemente del número de empleados¹.

Las cuatro hipótesis con la que se desarrolla la investigación son:

- A) Las redes inter organizativas en las que participan las pymes del sector TIC's les permiten acceder a un conocimiento específico externo a la organización;
- B) El conocimiento adquirido sustenta el proceso de innovación, base de la construcción de ventajas competitivas;
- C) La inversión en I+D y capacidad de absorción de conocimiento moderan dentro de estas pymes la relación entre conocimiento, innovación y construcción de ventajas competitivas; y
- D) La experiencia internacional potencia la participación en redes, mejora la capacidad de absorción de conocimiento y el proceso innovador en general.

El presente trabajo contiene la siguiente estructura: en primer lugar se definen los conceptos relacionados con el objeto de estudio de la investigación (pymes, competitividad, empresas de base tecnológica y el sector del software y servicios informáticos, y las teorías de internacionalización de empresas). Luego se exponen los primeros avances y conclusiones obtenidos a la fecha.

Buscando definiciones

Para enmarcar el trabajo a desarrollar se indagaron diferentes definiciones y antecedentes teóricos sobre:

- Pymes
- Competitividad
- Empresas de base tecnológica y el sector software y servicios informáticos
- Teorías de internacionalización de empresas

Pymes

¹ <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/210000-214999/212683/norma.htm>

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

Como sostienen Hessels & Parker (2013), las Pymes son actores claves en las economías desarrolladas modernas. De acuerdo a datos de la Comisión Europea (2001) las Pymes son importantes en la economía europea, alcanzando el 99% de las empresas, de las cuales el 92% son micro-empresas, constituyéndose de esa manera en el principal sostén de la economía. Ellas generan más de dos tercios del empleo del sector privado y juegan un rol principal en el crecimiento de la economía; razón por la cual la identificación de los factores que contribuyeron a su internacionalización, así como los obstáculos con los que se enfrentan y las políticas a desarrollar es de sumo interés (Agramunt et al, 2014).

En comparación con lo que ocurre en la Unión Europea (UE), similar situación se presenta en América Latina. De acuerdo a datos publicados por la Comisión Europea en América Latina², en Argentina las Pymes representan el 99,5% de la cantidad de establecimientos industriales, generando el 70% del empleo y el 54% del valor agregado. Además, se destaca que el papel de las Pymes a nivel exportador es menor, lo que indica que hay un campo muy importante para poder crecer tanto en el valor económico de las exportaciones como en el número de las Pymes exportadoras, aumentando de esta forma el grado de internacionalización y competitividad de las mismas (Agramunt et al, 2014).

Hoy en día la realidad muestra que las Pymes, cada vez más, están siendo confrontadas con la tendencia de internacionalizarse (Hessels, 2004), lo que representa un enorme desafío para la mayoría. Estas empresas afrontan condicionantes propios de sus deficiencias intrínsecas en materia de recursos y capacidades, y son más vulnerables que las grandes empresas a los cambios del entorno tanto en su país como en el extranjero (Zahra, 2005). Como consecuencia, la internacionalización de las Pymes no puede ser estudiada con las mismas pautas que se utilizan para analizar la internacionalización de las grandes empresas, por lo que es necesario un estudio que considere sus condiciones en particular (Agramunt et al, 2014).

Competitividad

De acuerdo a Canals (1994), la estrecha relación entre competitividad internacional e internacionalización de las empresas implica que este segundo proceso no se produce sin el primero; de allí su importancia.

Cientos de definiciones existen en torno al concepto de competitividad³, pudiendo diferenciarse entre aquellas que analizan el tema desde un punto de vista micro, es decir desde el nivel empresa, y aquellas que lo hacen desde un punto de vista macro, considerando la intervención del Estado. No obstante, en concordancia con el objetivo de este trabajo, se hará mayor énfasis en las definiciones del segundo tipo (Agramunt et al, 2014).

²Extraído de <http://www.al-invest4.eu/pymes-y-economia-de-la-region> Fecha de consulta: 03/08/2013

³ Warner, A. (2003). Definición y evaluación de la competitividad: Consenso sobre su definición y medición de su impacto. Nota informativa elaborada para el BID por el National Bureau of Economic Research en Cambridge, Massachusetts y por el Center for Global Development en Washington DC.

En un análisis macro, Canals (1994) resalta la importancia de las condiciones que ofrece un país para garantizar la competitividad internacional y propulsar el proceso de internacionalización de sus empresas. Por un lado, se puede considerar al país como origen de los recursos humanos y productivos que las empresas utilizarán para competir internacionalmente y por otro, se lo puede contemplar como un sistema más o menos integrado que ofrece ventajas a las empresas que operan desde allí (Agramunt et al, 2014).

En este último caso, un gobierno puede dirigir ciertos recursos públicos hacia usos socialmente más productivos, como la creación de factores avanzados o especializados, es decir, aquellos que son específicos para determinados sectores, tal como pueden ser un instituto de investigación especializado o una escuela profesional de capacitación de cierto ámbito técnico. Lo que se espera, es que el gobierno actúe de forma cooperativa con las empresas del sector, no creando ventajas competitivas artificiales a través de subvenciones, sino potenciando las ventajas competitivas naturales o potenciales de las empresas (Canals, 1994).

Empresas de base tecnológica y el sector software y servicios informáticos

Las pymes de base tecnológica se han definido como entidades que tratan de desarrollar y explotar comercialmente una innovación tecnológica y esto implica una elevada incertidumbre comercial (Storey y Tether, 1998).

Las Empresas de Base Tecnológica generalmente operan en los sectores de alta tecnología, como: biotecnología, tecnologías de la información y las comunicaciones, nuevos materiales, tecnologías de la energía, química fina, medicina, nanotecnología, mecatrónica, medios y entretenimientos, diseño industrial, entre otros.

Las TIC marcan un sendero de vanguardia dentro de las nuevas tecnologías, liderando el proceso de transformación tecnológica a través de sus efectos sinérgicos –derrames- sobre los distintos sectores sociales y productivos, así como también sobre las demás tecnologías de punta y la investigación, contribuyendo a elevar la productividad total de los factores. En este sentido, la transversalidad del sector constituye un baluarte que merece ser destacado (BET, 2009).

Por su parte, el subsector de SSI se caracteriza por la prestación de servicios y la elaboración de productos intangibles, a la vez que hace uso intensivo del conocimiento y la innovación, fuentes de generación de ventajas competitivas (BET, 2009).

Tratándose de una actividad “intensiva en conocimientos”, comparte las siguientes características comunes a otros sectores similares, a saber: i) son las que muestran mayores tasas de crecimiento en sus exportaciones; ii) tienden a pagar mayores salarios y generar más empleo -y de alto nivel de calificación- que el promedio de la economía; iii) al basar su desarrollo en la capacidad de innovación y la formación de capital humano son generadoras de “derrames” positivos para el resto de la economía; iv) en ellas la productividad crece rápidamente y existen posibilidades de ingreso

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

“tardío” (como lo muestra la experiencia de países como India, Irlanda, Israel, etc.) ya que se trata de sectores que todavía no son maduros desde un punto de vista tecnológico. En conclusión, a nuestro juicio, se trata de actividades que permiten sustentar una estrategia de inserción internacional sobre bases más firmes que la mera posesión de recursos naturales o mano de obra barata. (CEPAL, 2003).

Según la Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos (CESSI, 2014) la segmentación de las actividades que caracterizan los distintos tipos de empresas y negocios que se desarrollan en el sector podrían agruparse en:

- Desarrollo de productos propios que se licencian y mantienen evolutivamente
- Prestación de servicios de implementación e integración de productos propios
- Comercialización de licencias de uso de productos de terceros
- Prestación de servicios de implementación e integración de productos de terceros
- Prestación de servicios de desarrollo de software
- Prestación de Soluciones brindadas como Servicios (SaaS)
- Prestación de servicios de soporte IT
- Prestación de servicios de capacitación
- Provisión de recursos para desarrollo (desarrollo, diseño, testing, etc.)
- Provisión de recursos para operación IT
- Outsourcing de servicios (contabilidad, operación de procesos de negocios, etc.)
- Otros

Por lo tanto se consideran a las EBT como aquellas empresas que basan su actividad en las aplicaciones de nuevos descubrimientos científicos o tecnológicos para la generación de nuevos productos, procesos o servicios, siendo las mismas caracterizadas por tener una fuerte base tecnológica y una alta carga de innovación.

Teorías de internacionalización de empresas

El concepto de *Internacionalización Empresarial* ha experimentado diversos cambios a lo largo de los años y, desde distintas perspectivas, ha motivado el interés de un gran número de investigadores. Se ha pasado de interpretar los procesos de expansión internacional como

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

privativos de una forma de transacción casi única: la Inversión Extranjera Directa (IED) a reconocer diferentes vías de acceso a los mercados exteriores que son poseedoras de ventajas e inconvenientes y que permiten el acercamiento de empresas de menor tamaño a las relaciones internacionales (Andrés y Salvaj, 2011).

La temática de la Internacionalización de las PyMes es reciente en la literatura especializada y está referida básicamente a la decisión de exportar. La escasez de estudios de este tipo concernientes a las PyMes y la gran trascendencia que tiene en el sector industrial el número de PyMes y, por tanto, de empresas con una cierta problemática asociada con su menor dimensión; constituyen un importante vacío de investigación (Andrés y Salvaj, 2011).

Así una de las primeras líneas de análisis teórico vincula la internacionalización de empresas con explicaciones de neto contenido económico. Este enfoque económico considera que la toma de decisiones y el comportamiento empresarial son procesos totalmente racionales. Describen la internacionalización desde una perspectiva puramente basada en los costos y en las ventajas económicas de empresas que además conciben la internacionalización como un fenómeno de carácter estático ya que se preocupan de las razones que motivan la inversión extranjera directa (IED), pero no de cómo se desarrolla la expansión internacional de la empresa.

Teoría de la Ventaja Monopolística

El trabajo de Hymer (1976), se considera uno de los pioneros en el estudio de la empresa multinacional. Este autor sugiere que las empresas multinacionales deben como condición poseer algún tipo de ventaja competitiva exclusiva (monopolística) que pueda tener su origen en la producción, la tecnología, la organización, la comercialización o la diversificación de productos para poder tener instalaciones productivas en el extranjero. Así podrían competir con las empresas locales en sus propios mercados.

El paradigma de Ecléctico de Dunning

A través del mismo se pretende integrar todas las teorías sobre la expansión internacional. Dunning (1979, 1981, 1988 y 1995) define que la naturaleza ecléctica de su enfoque permite una aproximación completa a la explicación de la IED. Su contribución fue advertir que cada una de las teorías sobre los determinantes de la IED era incompleta.

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

Las teorías que abordan la internacionalización a través de la IED, Teoría de la Internalización, Teoría de la Localización, y el Paradigma Ecléctico de Dunning tienden a asignar un papel trascendente a los costos de transacción derivados de la movilización de activos intangibles de la empresa más allá de las fronteras nacionales.

Las teorías acerca de la internacionalización en base al comportamiento de las empresas agrupan teorías que consideran el proceso de internacionalización como mecanismo de compromiso incremental de aprendizaje basado en la acumulación de conocimientos y en el incremento de recursos comprometidos en los mercados extranjeros. (Johanson y Valhne 1977, 1990; Johanson y Wiedersheim, 1975). Explican dicho proceso en sentido dinámico, centradas en explicar cómo y por qué llega una empresa nacional a convertirse en una gran trasnacional y cuándo está preparada para dar los distintos pasos que la llevarán a su grado más alto de internacionalización.

Modelo de Uppsala o Enfoque Escandinavo

Este modelo indica que la empresa incrementará gradualmente los recursos comprometidos en un país a medida que va adquiriendo experiencia de las actividades que realizan en dicho mercado (Johanson y Wiedersheim-Paul 1975).

Johanson y Valhne (1977,1990) establecen que el proceso es lento, gradual y secuencial debiendo seguir una serie de pasos. Primero, abastecer el mercado doméstico y una vez afianzado en él y gracias a la experiencia acumulada, el conocimiento adquirido del mercado y los recursos generados, empieza a incursionar en otros mercados extranjeros.

Un concepto que introducen los autores del modelo es el de distancia psicológica, según el cual la entrada exterior tendería a producirse por el mercado país más próximo en términos psicológicos al país de origen, próximo en cuestiones políticas, culturales, etc. Una vez superadas estas etapas sigue avanzando en otros mercados con mayores diferencias psicológicas.

Modelo del Ciclo de Vida del Producto de Vernon

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

Vernon (1966) adapta el ciclo de vida del producto para explicar la dinámica de la producción y del comercio internacional de bienes de países desarrollados hacia países de menor desarrollo económico.

Si bien Vernon tiene un carácter marcadamente económico, dicho modelo explica la internacionalización como un proceso y lo considera gradual y evolutivo en función de las etapas de desarrollo de los nuevos productos. Vernon (1966) incorpora factores de localización en su hipótesis del Ciclo de Vida del Producto para mostrar la interrelación entre el desarrollo de la industria y la influencia de factores de localización. Los factores de localización han servido de instrumento en la explicación de la elección de producir en el país de origen o en el destino.

Se asume como hipótesis básica en este modelo que la falta de conocimientos sobre mercados exteriores es un importante obstáculo para el desarrollo de operaciones internacionales y, por tanto, a medida que aumentan dichos conocimientos, el nivel de recursos comprometidos en la actividad internacional es mayor.

Modelo de innovación

Los autores de este modelo exponen que la internacionalización es un proceso de innovación empresarial básica para la internacionalización de pequeñas y medianas empresas. Bilkey y Tesar (1977) comprueban que las Pymes pueden exportar exitosamente y la teoría de aprendizaje también le es aplicable. Siendo que el modelo indica que la relación entre internacionalización e innovación consiste en asimilar la decisión de una empresa de incrementar el compromiso internacional a la de realizar innovaciones en sentido amplio, por lo que a los directivos responsables de tomar dichas decisiones se les asigna un papel central en la promoción del proceso.

Teorías de Redes

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

Bajo esta denominación se agrupan las teorías que explican el proceso de internacionalización como un desarrollo lógico de las redes organizativas y sociales de las empresas, siendo que la entrada en mercados exteriores es entendida como función de las interacciones continuas entre empresas locales y sus redes internacionales. Las actuales empresas están involucradas en un amplio conjunto de relaciones, no sólo con sus proveedores y clientes, sino también con la competencia e instituciones, tales como los gobiernos, las universidades o las instituciones financieras, las cuales van a condicionar sus estrategias. Todo este entramado de relaciones comerciales, informativas y sociales que directa o indirectamente conectan los diferentes miembros pertenecientes a un sistema industrial, definen una Red.

El enfoque defendido por Johanson y Mattson (1988) se basa en la interacción entre tomadores de decisiones y miembros de las redes sociales para disminuir los costos de búsqueda de mercados exteriores. Este modelo utiliza la teoría de las redes sociales y consideran redes de negocios aquellas que mantienen las empresas con sus clientes, distribuidores, competidores y gobierno.

Las operaciones externas de determinadas empresas de una red pueden hacer que otra empresa perteneciente a esa misma red se internacionalice de forma rápida, sin pasar por las etapas planteadas por el Enfoque Escandinavo, aprovechando los contactos y la experiencia que las primeras ya poseen.

Johanson y Mattsson (1988) argumentan que a medida que las empresas se internacionalizan, el número de actores con los que tienen que interactuar a través de la red aumenta y las relaciones con éstos se estrechan.

Tener la posibilidad de aprovechar las oportunidades empresariales depende del tamaño de la red y de la diversidad de la misma (Aldrich y Zimmer, 1986)

Teorías de las empresas Born Global

Finalmente, la última línea en la cual se puede sintetizar este campo de estudio, efectúa el desarrollo bajo la óptica de las firmas de internacionalización acelerada. Estas empresas han sido etiquetadas de forma muy diversa en la literatura, las denominaciones más habituales para designarlas son *Born globals* e *International New Ventures* (Madsen y Servais, 1997; Knight y Cavusgil, 1996; Oviatt y McDougall, 1994)

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

Se entiende por *Born Global* a aquellas empresas internacionales de reciente creación donde los factores que determinan su actividad obedecen a un enfoque global desde su creación o que se internacionalizan en los primeros años de vida. Dichos factores pueden ser identificarlos en la edad de las empresas cuando se convierten en internacionales y no en su tamaño y que tienden a estar bajo la dirección de emprendedores visionarios que, desde los inicios de la firma, ven al mundo como un mercado único y sin fronteras (Andersson y Wictor, 2003; Knight y Cavusgil, 1996)

En contraposición con la Teoría Escandinava la aparición de este tipo de empresas junto con la disponibilidad en los mercados laborales de directivos con experiencia internacional rompe con el factor fundamental sobre el que se sustenta: la experiencia.

Asimismo la disminución de los costos de comunicación y transporte, así como el fácil acceso a las nuevas tecnologías de la información, la mayor integración de las economías nacionales generan una serie de circunstancias que facilitan que una empresa pueda realizar actividades internacionales desde, prácticamente, el momento de su creación perdiendo relevancia el concepto de “distancia psicológica” y posibilitando que las operaciones a pequeña escala puedan ser atractivas económicamente y a su vez favorezcan la aparición de empresas internacionales de reciente creación

Teorías de las redes sociales

De acuerdo con el Enfoque de Red, la propia experiencia de la empresa en los negocios internacionales puede verse reforzada por la adquirida por otras empresas y, si esta red de relaciones está internacionalizada pueden provocar un efecto de apalancamiento que impulsa la internacionalización de la empresa y favorece el uso de los métodos de entrada que involucran mayores niveles de compromiso.

Básicamente, una red es un grupo de actores conectados por un juego de lazos (Granovetter, 1973). Los actores (usualmente llamados “nodos”) pueden ser personas, equipos u organizaciones. Los lazos conectan pares de actores y pueden ser dirigidos o no y pueden ser dicotómicos (presentes o ausentes) o valorados (medidos sobre una escala).

Las redes son dinámicas y se desarrollan en el tiempo. Algunas relaciones débiles se desarrollan incrementalmente y se ponen más estructuradas a medida que la comunicación y coordinación se

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

intensifica (Larson, 1992). Es así como una red identificada inicialmente como red de negocios puede convertirse en una red personal o de amigos (Coviello, 2006).

La investigación de redes enfatiza la importancia de los lazos inter-empresas al utilizar y acumular conocimiento (Gulati, 1998). El conocimiento se ha convertido en una parte integral en la teoría de redes y las empresas ubicadas centralmente en una red reciben más, mejor y más tempranos conocimientos comparados con sus competidores, siendo la internacionalización de la empresa vista a menudo como una función del conocimiento adquirido en los mercados extranjeros.

Oviatt y McDougall (1994) identifican el conocimiento como el único recurso y como uno de los cuatro elementos necesarios y suficientes en su modelo de emprendedorismo internacional sustentable. Resultados de sus estudios muestran que cuanto más conocimiento intensivo es una empresa, más rápidamente crecerá en sus exportaciones.

Primeros avances

En la expansión internacional de las pymes en general, las redes tienen una importancia ampliamente reconocida. Desde el punto de vista de la gestión empresarial, las vinculaciones entre los miembros de las redes generan mutuas influencias en términos de acceso a información, poder y recursos. Tales vínculos proporcionan beneficios como relaciones de confianza, intercambio de información sensible y también permiten alcanzar soluciones conjuntas a los problemas organizacionales que se van presentando. Además, la red en la que se enmarca una empresa puede generarle recursos valiosos y permitirle acceder a una ventaja estratégica inherente a la propia red. Por ello, la relevancia de las redes se basa en el hecho que la empresa Pyme tiene capacidades limitadas para acceder a todos los recursos e información relevantes que requiere el desarrollo de sus actividades, en general, y las actividades de I+D+i, en particular.

En consecuencia esta investigación considera que la formación de relaciones colaborativas (redes inter-organizativas) constituye una plataforma para la consecución del conocimiento y el aprendizaje que se requieren para el desarrollo de actividades de innovación. Para las pymes estas redes son en consecuencia una importante base para acceder a los mercados internacionales (Bohorquez-López y Esteves, 2013), y son de gran valor para que la empresa pueda mejorar sus resultados innovadores (Huggins y Johnston, 2010).

Las redes inter organizativas en las que participan las pymes del sector TIC's

Las redes permiten que las Pymes accedan a un conocimiento específico externo a la organización. La conformación de estas redes inter organizativas permite concertar acciones para

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

lograr la eficiencia colectiva y acrecentar la competitividad del sector. Más allá de las actividades e intercambio de información y experiencias se pretende lograr vinculaciones con instituciones de formación, el desarrollo de nuevos productos con alto valor agregado en forma conjunta, obtención de certificaciones de normas de calidad, perfeccionamiento de los recursos humanos, captar nuevas inversiones, potenciar el ambiente emprendedor y asimismo el acceso a los mercados internacionales o el avance en el proceso de internacionalización.

Un concepto compatible con el de redes, son los clusters, aquellas concentraciones geográficas de empresas conectadas entre sí, empresas de sectores afines, instituciones, asociaciones, etc.; cuyo objetivo es la cooperación, aunque en determinados casos pueden llegar a competir.

La experiencia mundial muestra que las firmas del sector son sensibles a los que se llama economías de aglomeración, o beneficio de clusters. Es decir, que las empresas TIC al instalarse en una región donde hay otras firmas del sector derivan beneficios que no lograrían estando solas. (Casaburi y Mondino, 2000)

A modo de ejemplo se mencionan algunos polos, clúster y cámaras situados en la Región Centro de Argentina:

Córdoba: *Cluster Córdoba Technology – Cluster Informático Río Cuarto.*

Entre Ríos: *Parque Industrial de Gualeguaychú*

Santa Fe: *CEDI Rafaela - Polo Tecnológico Rosario - Cluster Tic's Rosario - Cámara de Sunchales - Cluster TIC Santa Fe - CEIL Cámara de Empresas Informáticas del Litoral – Cámara Industrial del software de la Unión Industrial de Santa Fe - Distrito tecnológico del noreste santafesino – Cámara de empresas de desarrollo informático de Rafaela.*

En el caso particular de las EBT y de las empresas del sector TIC's, la innovación es inducida en gran medida por las oportunidades de colaboración con organizaciones que tienen diferentes bases de conocimiento (Dermirkan y Demirkan, 2012). En este caso, la colaboración entre la empresa y otras organizaciones, como universidades, institutos, empresas competidoras, clientes,

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas

“Conocimiento e Innovación en la FCE”

proveedores, etc., permite tener acceso a una mayor heterogeneidad de conocimientos. De igual modo, el acceso a los mercados internacionales es favorecido en dichas organizaciones por la experiencia y las relaciones con el resto de miembros de la red tales como clientes, proveedores y/o competidores, y les brinda a las empresas un conocimiento específico que les permite aprovechar las oportunidades de mercado que se le presentan (Oviatt y McDougall, 2005).

Por otro lado la innovación es un proceso complejo que requiere flujos de conocimiento entre la empresa y sus socios de la red (Sammarra y Biggiero 2008) y que permite el desarrollo de competencias clave que las pymes pueden convertir en ventajas competitivas para aprovechar en su expansión internacional. Además diferentes modelos teóricos, por ejemplo el Modelo de Uppsala y la Teoría de Redes, permiten explicar cómo la internacionalización también favorece el propio desarrollo de la innovación (Salomon y Jin, 2008).

El resultado innovador de la pyme está determinado no sólo por el gasto en I+D que gestione la misma sino también por la capacidad de absorción de conocimiento que posea la misma. Esta capacidad o aptitud de la pyme para valorar, asimilar y aplicar conocimientos de fuentes externas a la organización con fines de negocios ha sido tratado inicialmente por Cohen y Levinthail (1990) y resulta un mecanismo moderador de esta interacción de la empresa dentro de las propias redes donde participa y del esfuerzo innovador que desarrolla.

La experiencia internacional que posean los gestores, dueños o fundadores de pymes así como de la planta de personal que los acompañe y el propio desempeño de la empresa en dichos mercados, especialmente si es creciente y sucesivo (Johanson y Vahlne, 1977), no sólo abre las puertas a nuevos mercados donde explotar el conocimiento y las capacidades que la empresa posee sino que también permiten profundizar el conocimiento y por tanto favorecen la construcción de nuevas ventajas competitivas (Hitt et al, 1997).

Los procesos de integración económica más avanzados, por caso la UE, presentan condiciones que tienden a favorecer tanto la construcción de redes como la inversión en I+D en las pymes, la mejora de la capacidad de absorción de conocimiento y el acceso a mercados internacionales. Asimismo, las políticas y estímulos a las internacionalización, la conformación de redes de exportadores o de grupos de promoción internacional (es decir, alianzas estratégicas entre empresas) deben verificarse que sean *factores clave* del éxito internacional de las pymes TIC's de la región centro de Argentina.

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas***“Conocimiento e Innovación en la FCE”***

En tal sentido se está desarrollando una doble acción: por un lado una indagación a las pymes del sector en las tres provincias, mediante la colaboración de los clusters ubicados en cada una de ellas, a efectos de identificar los factores más relevantes que esperan obtener como estímulos del entorno de economías integradas, y por otro, a través de entrevistas a informantes clave de dos países europeos (de diferente significación), España y Alemania, a efectos que identifiquen cuáles han sido los mismos en su experiencia de integración.

Conclusión:

Este trabajo intenta exponer la primera etapa de análisis de fuentes secundarias. Los lineamientos desarrollados permiten indagar sobre los fundamentos teóricos y de esta manera determinar los factores de éxito de las pymes de base tecnológica, en particular las industrias de software y servicios informáticos.

En la expansión internacional de las pymes las redes tienen una importancia ampliamente reconocida. Del mismo modo, las redes inter-organizativas constituyen una plataforma para la consecución del conocimiento y el aprendizaje requeridos para el desarrollo de las actividades de innovación.

En el caso particular de las EBT y de las empresas del sector TIC's, la innovación es inducida habitualmente por organizaciones, institutos, proveedores, clientes, empresas competidoras; siendo esta circunstancia la que le permite tener acceso a una mayor heterogeneidad de conocimientos.

Por otra parte, se está llevando a cabo un trabajo de campo (a través de encuestas a las empresas pertenecientes a la Región Centro y entrevistas a informantes claves en la UE y Argentina). Al finalizar esta segunda etapa se contará con más resultados para el análisis, pudiendo de esta manera seguir profundizando y avanzando sobre el tema.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agramunt, L. F., Andrés, M. F. y Cozzi, M. (2014) Medidas públicas que favorecen la internacionalización de las Pymes. El caso de la Unión Europea. *Revista FCE* (en prensa)

Aldrich HE y Zimmer C (1986) Entrepreneurship through social networks. In: Sexton D, Smilor R (eds) *The art and science of entrepreneurship*. Ballinger, New York

Andersson, S. y Wictor, I. (2003): "Innovative Internationalisation in New firms: Born Globals-the Swedish Case." *Journal of International Entrepreneurship* 1(3): 249.

Andrés, M.F. y Salvaj E. (2011): "La internacionalización acelerada en Pymes de reciente creación". I Congreso de la Red de Integración Latinoamericana (REDILA). Universidad Nacional del Litoral

BET (Boletín Estadístico Tecnológico) TIC (2009) N°2 enero/marzo 2009 - ISSN 1852-3110 - Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva - Argentina

Bilkey, W y Tassar, G. (1977): "The Export Behavior of Smaller-Sized Wisconsin Manufacturing Firms," *Journal of International Business Studies* 8 (1), 93-98.

Bohorquez-Lopez, V. W. y Esteves, J. (2013): "Acquiring external knowledge to avoid Wheel re-invention". *Journal of Knowledge Management*, vol. 17, nº 1, págs. 87-105.

Canals, J. (1994). La internacionalización de la empresa. Cómo evaluar la penetración en mercados exteriores. Madrid, España: McGraw-Hill.

Casaburi, G y Mondino, G. (2000): "La Revolución de las Tecnologías de la Informática y la Comunicación en Argentina". IERAL, Argentina.

CEPAL (2003): "Estudio sobre cadenas productivas seleccionadas en la República Argentina. Industria del Software y Servicios Informáticos". Naciones Unidas. CEPAL. Oficina de Buenos Aires, pág. 5.

CESSI (2014): "Historia de la Industria Informática Argentina". Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos, 1ra edición, Buenos Aires, Argentina, pág. 231.

Cohen, W.M. y Levinthal, D.A. (1990): “Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation” *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.

Comisión Europea (2011a). Minimizing regulatory burden for SMEs. Adapting EU regulation to the needs of micro-enterprise. Bruselas, Bélgica

Coviello, N.E. (2006): “The network dynamics of international new ventures”, *Journal of International Business Studies*, 37 (5): 713.

Dermirkan, I. y Demirkan, S. (2012): “Network Characteristics and patenting in biotechnology, 1990-2006”. *Journal of Management*, 38(6):1892-1927.

Dunning, J.H. (1979): “Explaining changing patterns of international production: in defence of the eclectic theory”. *Oxford Bul. Econ.Stat.* 41(4).

Dunning, J. H. (1981): “International production and the multinational enterprise”. Allen & Urwin, London.

Dunning, J.H. (1988): “The Eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions”. *Journal of Intl. Bussines Studies* 19(Spring).

Dunning, J.H. (1995): “Reappraising the eclectic paradigm in an age of alliance capitalism”, *Journal of International Business Studies* 26 (3).

Granovetter, M. (1973): “The strength of weak ties”, *The American Journal of Sociology*, 78 (6): 1360-1380.

Gulati, R. (1998): “Alliances and networks”. *Strategic Management Journal*, 19(4): 293-317

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas

"Conocimiento e Innovación en la FCE"

Hessels, J. (2004). The effect of EU enlargement on the internationalisation of SMEs in the European Union; a Dutch perspective (SCALES-paper N200415). Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.

Hessels, J., & Parker, S. C. (2013). "Constraints, internationalization and growth: A cross- country analysis of European SMEs". *Journal of World Business*,48(1), pp. 137–148.

Hitt, M.A., Hoskisson, R. y Kim, H. (1997): "International Diversification: Effects on Innovation and Firm Performance in Product-Diversified Firms", *Academy of Management Journal*, Vol. 40, N° 4, pp. 767-798.

Huggins, R. y Jonhston, A. (2010): "Knowledge flow and inter-firm networks: The influence of network resources, spatial proximity and firm size". *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 22, n° 5, págs. 457-484.

Hymer, S. (1976): "The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment", MIT Press, Boston MA.

Johanson, J y Wiedersheim, F. (1975): "The Internationalization process of the firms: four Swedish Case studies". *Journal of Management Studies*. 305-322.

Johansson. J. y Vahlne. J. E . (1977): "The internationalization process of the firm-A model of knowledge development and increasing foreign market commitments". *Journal of International Business Studies*. 8 (1).23-32

Johanson, J.; Mattsson, L. (1988) Internationalization in industrial systems: a network approach. En: HOOD, H.; VAHLNE, J. (Eds.). *Strategies in foreign competition*. London: Croom Helm,.

Johanson, J y Vahlne, J. (1990): "The Mechanism of Internationalization". *International Marketing Review*, Vol. 7, No. 4.

Johanson, J. y Vahlne, J.E. (2009): "The Internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing foreign market commitments, *Journal of International Business Studies*, 8(1): 23-31

Knight, G. y Cavusgil, T. (1996): "The Born Global Firm: A Challenge to Traditional Internationalization Theory". *Advances in International Marketing*. Vol. 8.

Larson, A. (1992): "Networks dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships", *Administrative Science Quarterly*, 37(1): 76-104

Madsen, T y Servais, P (1997): "The internationalization of Born Global: An Evolutionary Process". *International Business Review*. Vol.6.

Oviatt, B y McDougall, P. (1994): "Toward a Theory of International New Ventures". *Journal of International Business Studies*, Vol. 25, Issue 1.

Oviatt, B. y McDougall, P., (2005): "Defining International Entrepreneurship and Modeling the speed of Internationalization". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 29, nº 5, pp.537-553.

Salomon, R., & Jin, B. (2008). Does knowledge spill to leaders or laggards? Exploring industry heterogeneity in learning by exporting. *Journal of International Business Studies*, 39(1), 132-150.

Sammarra, A. y Biggiero, L. (2008): "Heterogeneity and specificity of inter-firm knowledge flows in innovation networks". *Journal of Management Studies*, nº 45, págs. 800–29.

Storey, D.J. y B.S. Tether (1998) "New technology-based firms in the European union: an introduction". *Research Policy* (26), pp. 933-946.

Vernon, R. (1966): "International investment and international trade in the product life cycle". *Journal of Economics* 80:190-207.

Warner, A. (2003). Definición y evaluación de la competitividad: Consenso sobre su definición y medición de su impacto. Nota informativa elaborada para el BID por el National Bureau of Economic Research en Cambridge, Massachusetts y por el Center for Global Development en Washington DC.

Zahra, S. (2005). "A theory of international new ventures: a decade of research". *Journal of International Business Studies*,36(1), pp.20-28.

XI

Jornadas
DE INVESTIGACIÓN

FCE-UNL

19 y 20 de Noviembre

FCE

UNL

XI Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas

“Conocimiento e Innovación en la FCE”