

Innovación para la Internacionalización: Un desafío en tiempos de crisis

César Pino Soto, Ph.D

14 Diciembre 2019

Santiago

César Pino, Ph.D in Management

MSc. Management Science, MSc. Operation Management

Ingeniero Civil Industrial

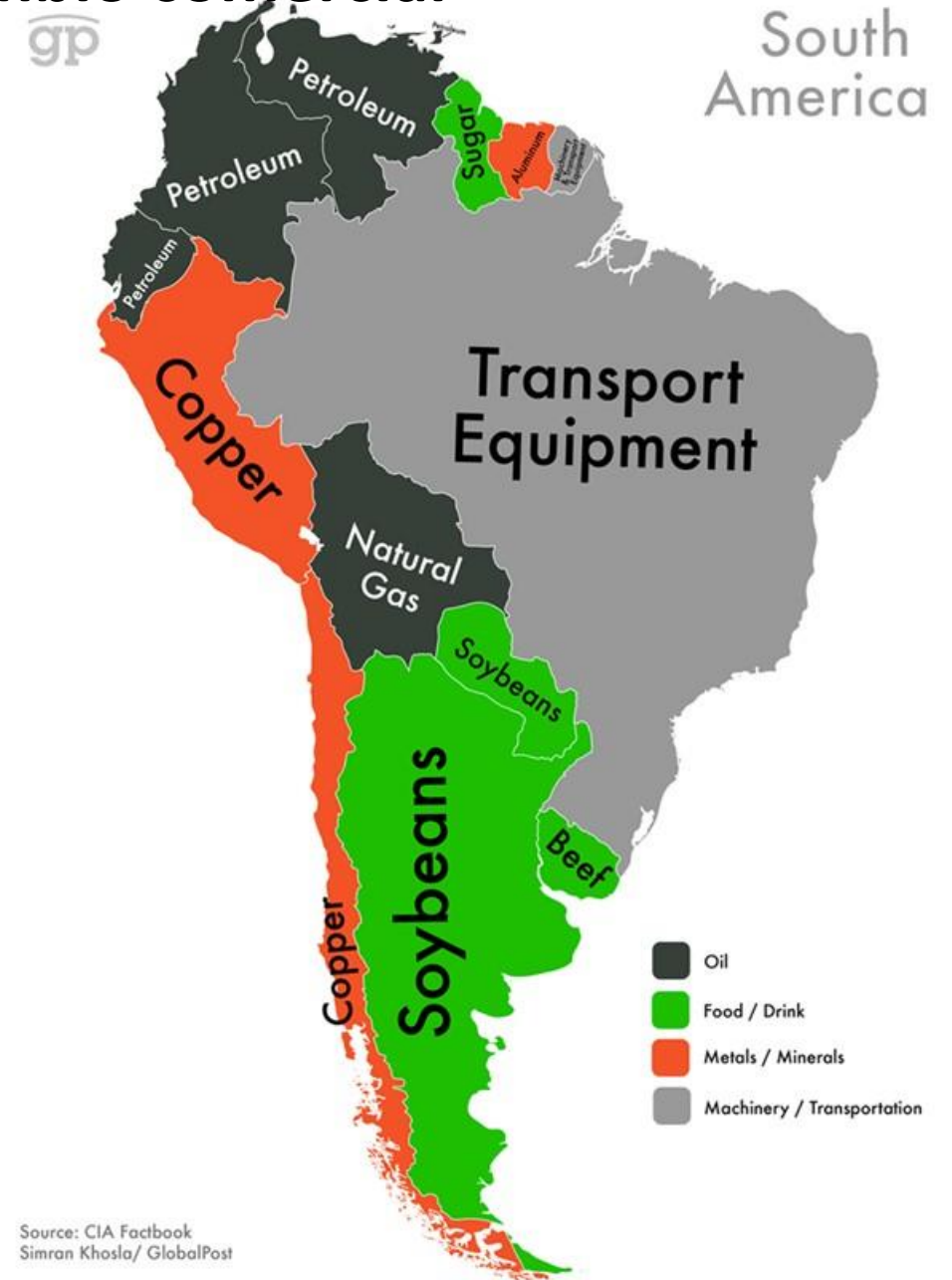
**Vicerrector de Gestión Económica y Administrativa Universidad
Austral de Chile.**

Consultor en estrategia de negocios.

cesarpino.phd@gmail.com

Creación de valor en América Latina e intercambio comercial

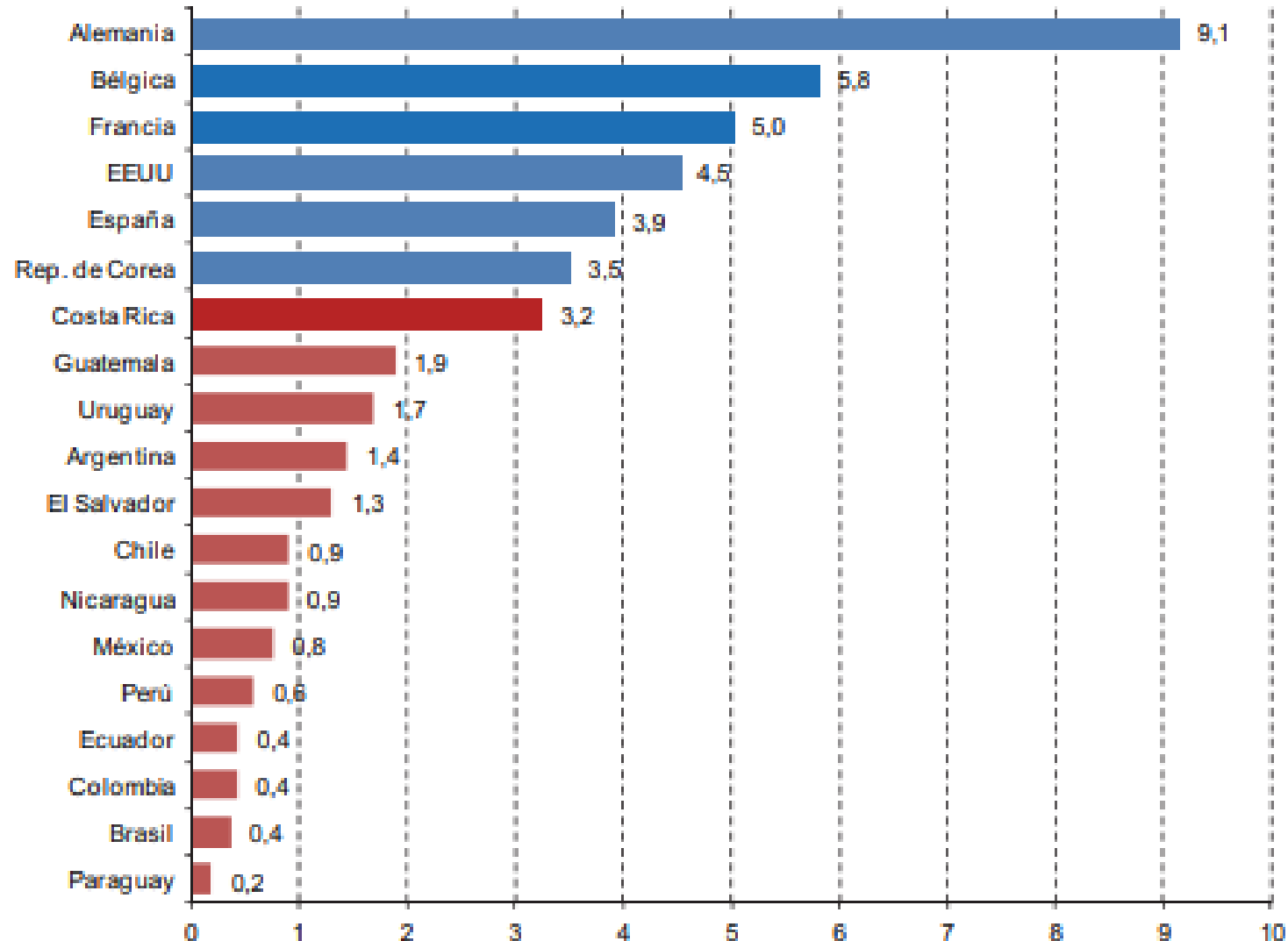
- Las economías emergentes sudamericanas han basado su crecimiento económico en la explotación y exportación de productos con bajos niveles de diferenciación (commodities).
- Esto se traduce en que existen limitados niveles de innovación detrás de la oferta de productos y servicios exportables (Bravo-Ortega , Benavente , & Gonzalez, 2011).
- Esta situación ha provocado que se observen bajos niveles de competitividad global (global competitiveness index) en esas economías (Schwab, 2016).



Existen pocas empresas exportadoras en América Latina

Países seleccionados: proporción de las empresas que exportan. 2013

(En porcentaje del total de empresas)

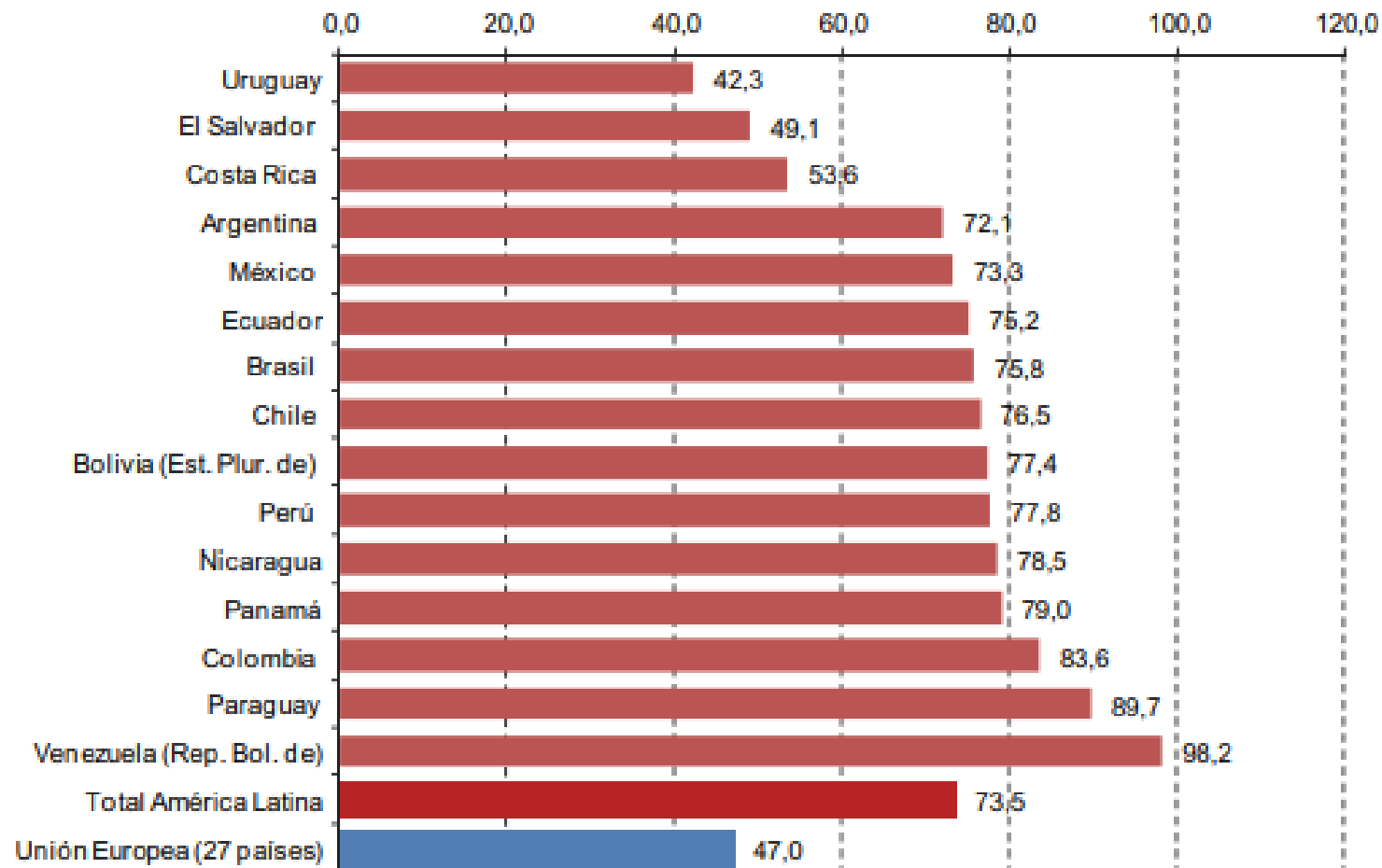


Fuente: CEPAL 2016

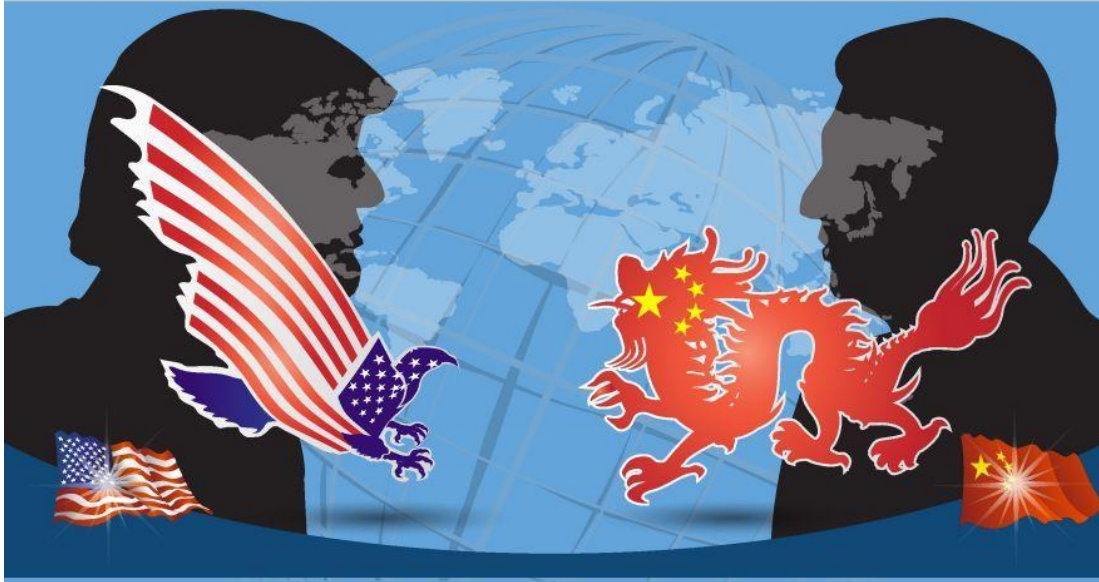
El 1% de las empresas exportadora AL concentra más del 70% de los envíos en la mayoría de los países

Países seleccionados: concentración del valor de los envíos en el 1% de las empresas exportadoras. 2013

(En porcentaje del total de los envíos, último año disponible)



Cambios en las reglas de negocios de las instituciones en el mundo



Un cambio dramático en Chile y en otros países de LA



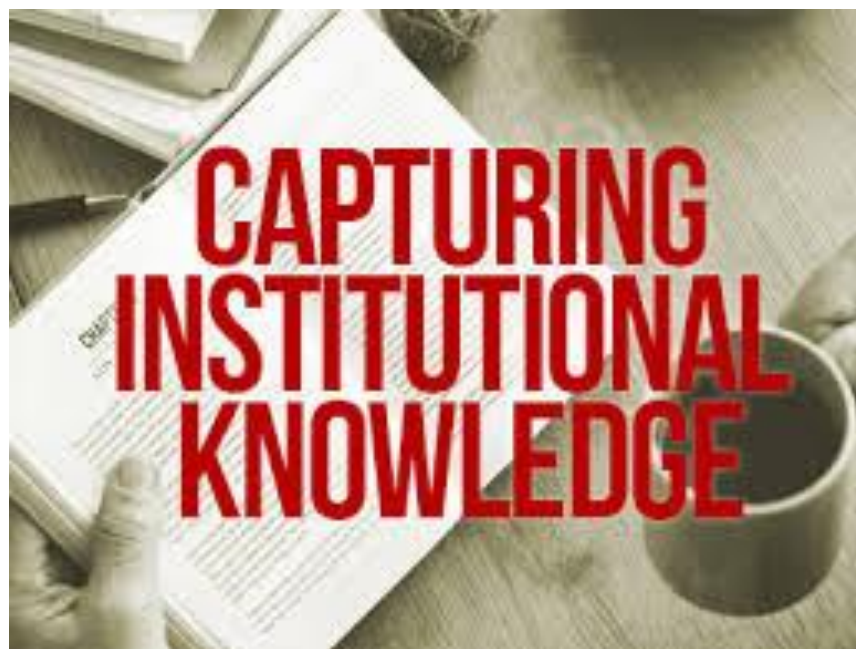
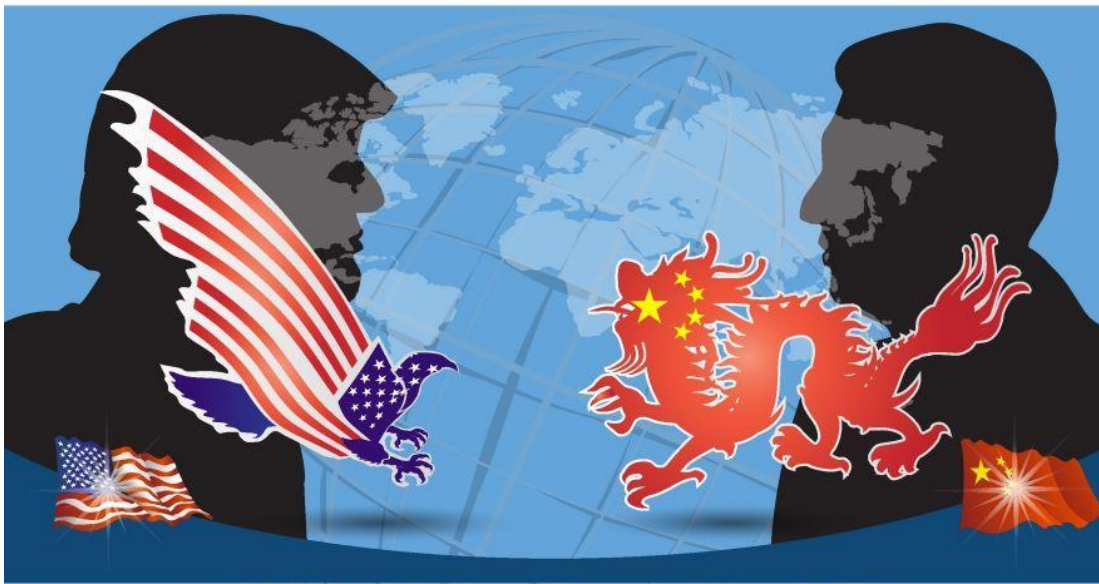
Cambios en las reglas de negocios de las instituciones Chile



Servicio de
Impuestos
Internos

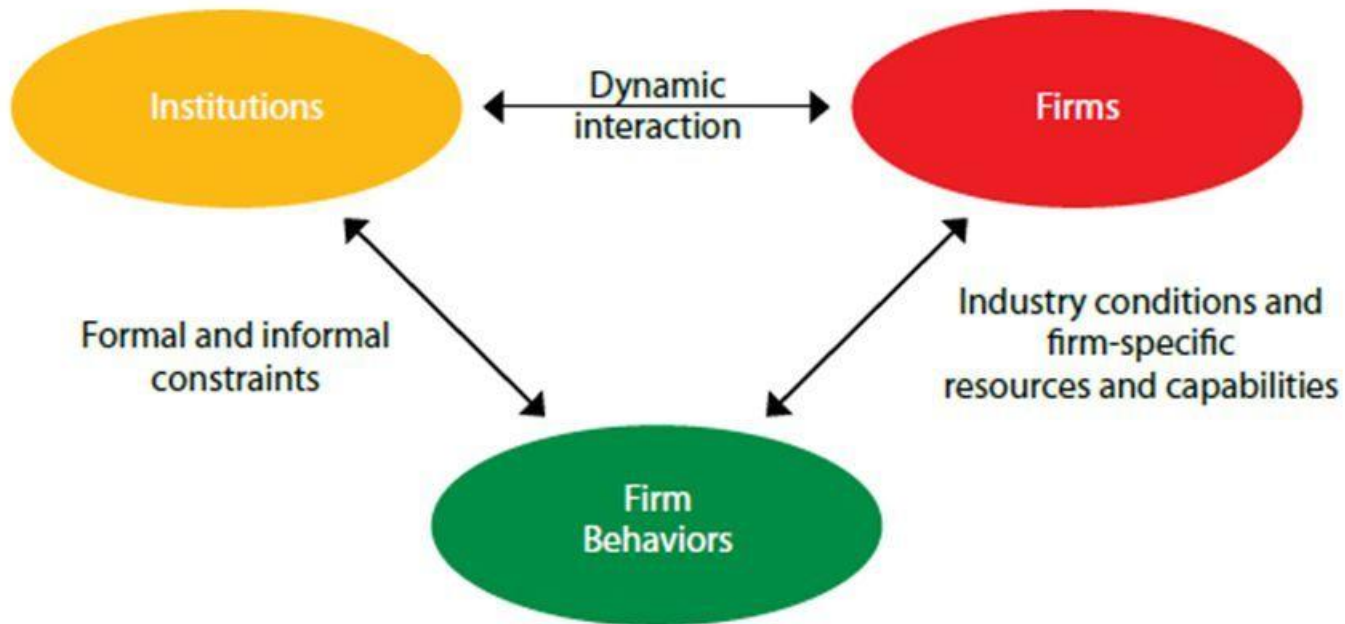


Efectos de los cambios socioeconómicos en las instituciones sobre la firma



Relación entre cambios institucionales y las firmas

LO3: INSTITUTION-BASED VIEW OF GLOBAL BUSINESS



Cambios institucionales obligan a las firmas

1. Repensar sus estrategias y modelos de negocios



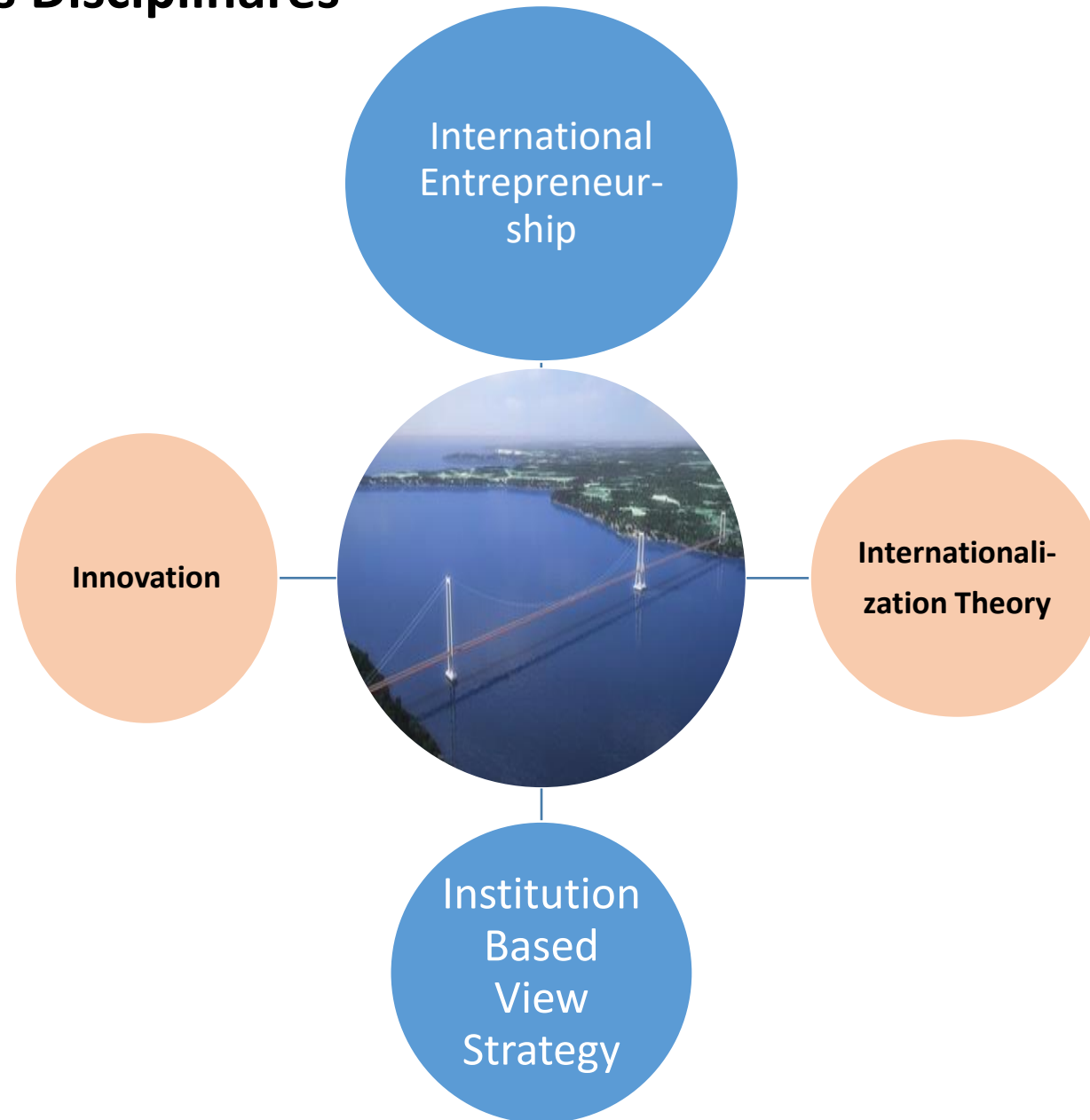
2. Reorientarse de una forma diferente en los mercados internacionales



Las firmas (PYMES) tiene dos caminos



Integración de Campos Disciplinarios



Innovación

- Innovación ha sido analizada desde la economía, sociología, gestión tecnológica, estrategia, entre otros (Gopalakrishnan & Damanpour, 1997; Schumpeter, 1934)
- Innovaciones tecnológicas (productos y procesos), innovaciones no tecnológicas (organizacional y marketing). (Mothe & Nguyen, 2012; OCDE, 2005; Oke, 2007; Schmidt & Rammer, 2007).
- Efectos de tipos de innovación en el desempeño financiero de la firma (Gunday et al., 2011).
- Impactos de las innovaciones no tecnológicas en el desempeño de mercado y la competitividad de la firma exportadora (Pino et. al, 2016).

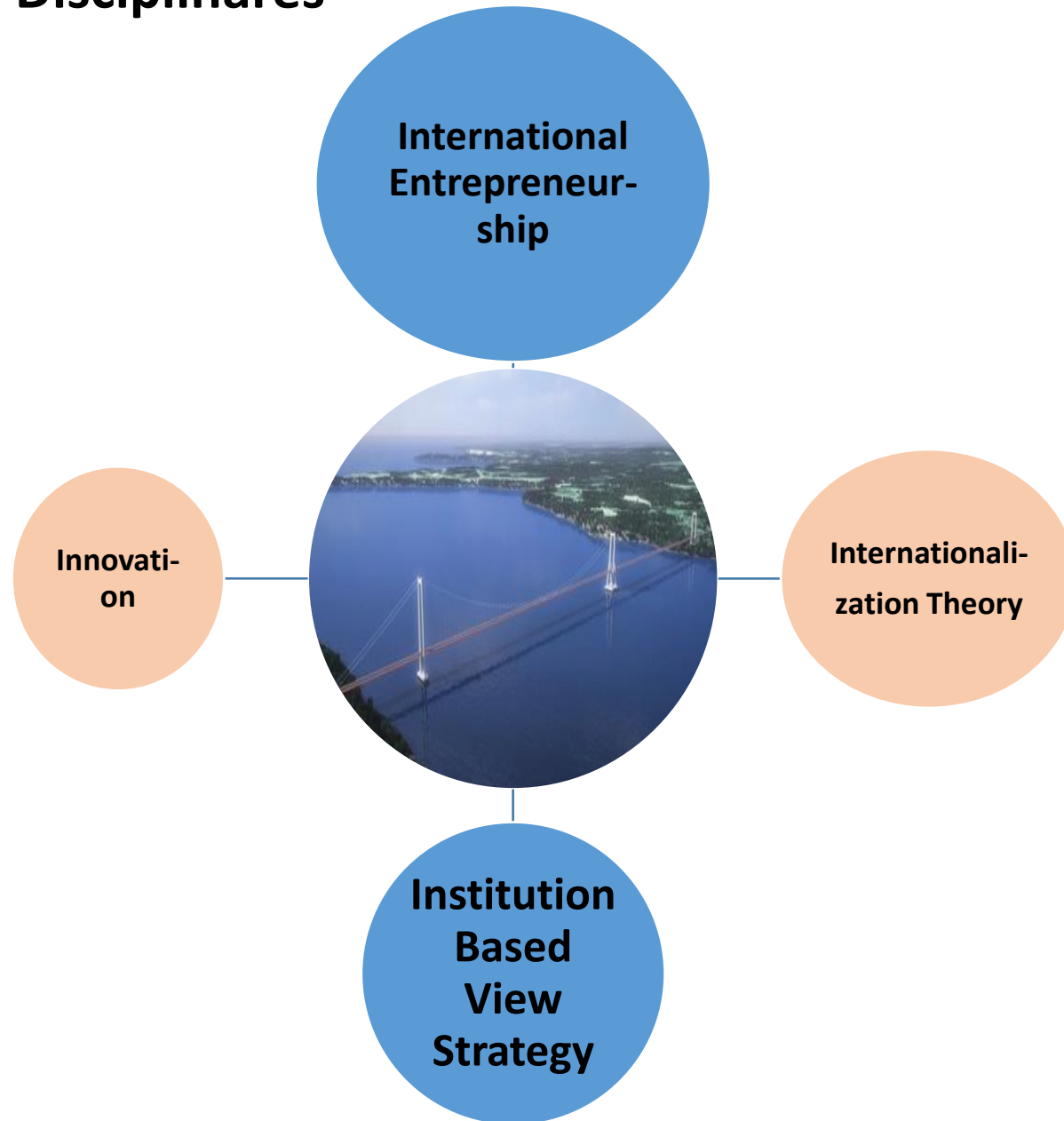
Proceso de internacionalización de la firma

- **Gradual Internationalization:** El modelo Uppsala considera que este proceso de internacionalización involucre un gradual compromiso de recursos de la empresa en los mercados extranjeros (Johanson & Wiedersheim, 1975; Johanson & Vahlne, 1977; Vahlne & Nordstrom, 1993).
- **Accelerated internationalization:** Considera que las firmas nacen con una vocación hacia los mercados extranjeros, dando una nueva definición para las empresas (Bell et al., 2001, Belso-Martinez, 2006; Crick, 2009; Felzensztein et al., 2013a; Knigh & Cavusgil, 2004, 2005; Oviatt & McDougall, 1994, 2005).
- Proceso de internacionalización: Grandes empresas vs PYMES.

Internationalización en PYMES (SMEs)

- SMEs tienen poco conocimiento sobre los mercados extranjeros y limitados contactos internacionales (Buckley & Ghauri, 1999; Chetty & Campbell-Hunt, 2003).
- SMEs usan sus relaciones con otras firmas para entrar en nuevos mercados internacionales (Chetty & Wilson, 2003; Chetty & Stangl, 2010).
- A partir de estas relaciones empresariales, las firmas generan **experiential knowledge** relative a un mercado específico internacional (Johanson & Vahlne, 2006).

Integración de Campos Disciplinarios



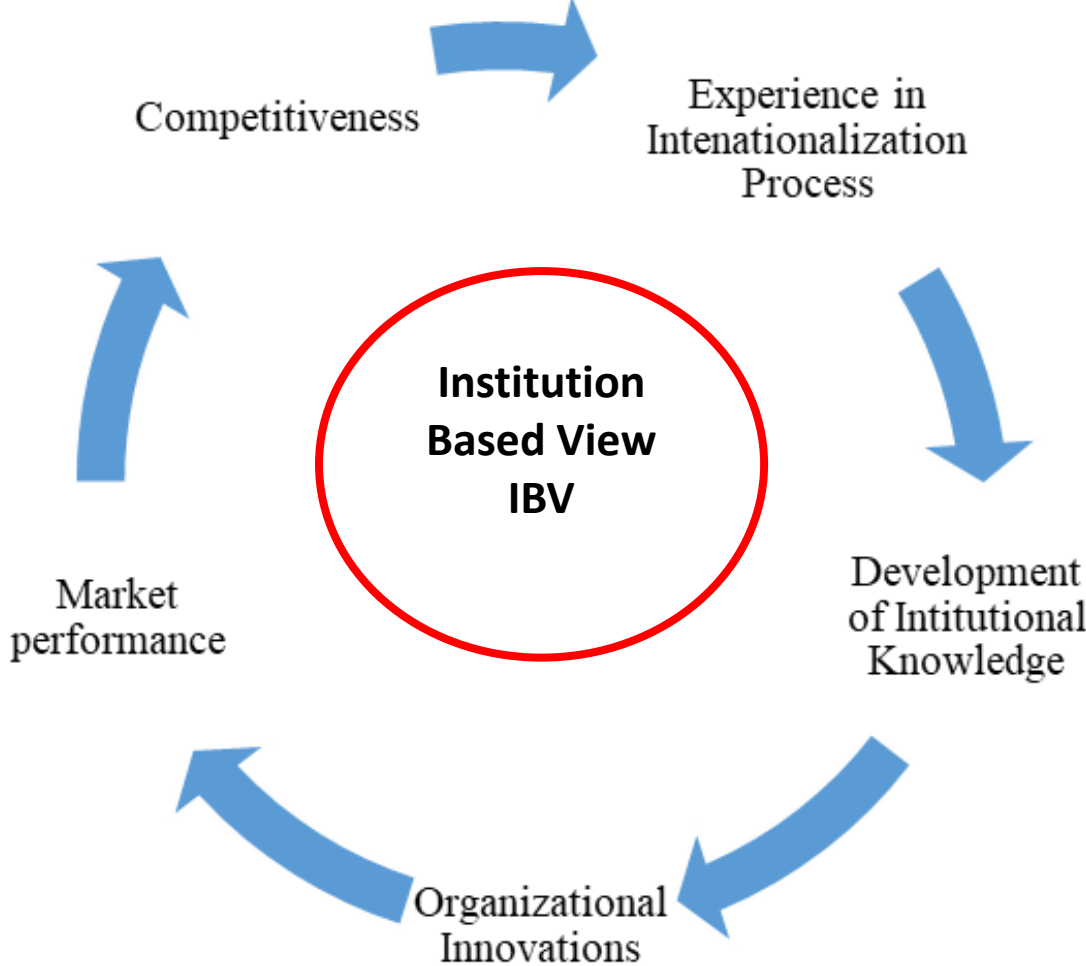
International Entrepreneurship (IE)

- IE incorpora actividades de innovación para la creación de valor en mercados internacionales (McDougall & Oviatt; 1997).
- Para Oviatt & McDougall (2005) "IE es el descubrimiento, la evaluación y la explotación de oportunidades, más allá de las fronteras nacionales, para crear bienes y servicios futuros". Esto se traduce en dos aspectos:
 - a) IE establece que las oportunidades se encuentran en los mercados extranjeros.
 - b) Las empresas las explotan construyen nuevos conocimientos a partir de su experiencia en mercados extranjeros y generan una adaptación a nuevas condiciones institucionales.

Institution Based View (IBV)

- IBV concibe las opciones estratégicas como el resultado de la interacción dinámica entre las organizaciones y el entorno institucional formal e informal (Peng, 2002; Peng et al,2009).
- La construcción de IK en las firmas latinoamericanas que se internacionalizan, depende de que tan agitado/estable sea el contexto social y económico en las instituciones de los mercados foráneos (Pino, Felzensztein & Chetty, 2019)

Modelo propuesto



Caso de Negocio “Unmmanned La primera empresa fabricante de baterías de litio en Chile”



<https://www.youtube.com/watch?v=l8-cD56JkZs>

Comentarios finales

- Cada país tiene condiciones institucionales específicas y reglas para hacer negocios (Globerman & Shapiro, 2002; Kostova, 1999; North, 1990).
- Diferencias institucionales entre países son una importante limitación para la expansión internacional de la firma (Shrader, Oviatt, & McDougall, 2000).
- La firma usa sus redes para la generación de conocimiento experiencial institucional en relación a un mercado específico (Johanson & Vahlne, 2006; Figueira-De-Lemos, Johanson, & Vahlne, 2011).
- La firma transforma ese conocimiento en innovaciones (Oviatt & McDougall, 1997). Las innovaciones en productos y servicios favorecen la competitividad de la empresa en los mercados internacionales.

Recomendaciones

- Empresas: Generar cambios en la planeación estratégica de la empresa y en sus modelos de negocios, favoreciendo el desarrollo de innovaciones (asesorías, uso de franquicias, etc.).
- Policy makers: Registro de información actualizada de empresas exportadoras (tasa de recambio de empresas), estudios para segmentar emprendedores (¿se diseñan políticas públicas para exportadores tradicionales o born globals?), fomento a las innovaciones no tecnológicas.

Innovación para la Internacionalización: Un desafío en tiempos de crisis

César Pino, Ph.D in Management

MSc. Management Science, MSc. Operation Management

Ingeniero Civil Industrial

Vicerrector de Gestión Económica y Administrativa Universidad Austral de Chile.

Consultor en estrategia de negocios.

cesarpino.phd@gmail.com