CAPÍTULO 13.

ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD Y SUS EFECTOS EN LA EXPORTACIÓN EN MYPES

Fidel Onesimo Arauco Canturin[1]
Juan Humberto Quijada Villegas[2]
John Guerra Flores[3]
Severo Simeon Calderon Samaniego[4]

[1]: Ingeniero Industrial, Docente Universitario, Magister en Administración y Doctor en Administración.
https://orcid.org/0000-0002-1729-4303

[2]: Ingeniero de Sistemas, Ingeniero Civil, Docente Universitario, Magister en Ingeniería de Sistemas.
https://orcid.org/0000-0002-0239-2197

[3]: Ingeniero de Sistemas, Docente Universitario, Magister en Ingeniería de Sistemas.
https://orcid.org/0009-0000-5916-039X

[4]: Ingeniero Químico, Docente Universitario, Magister en Formulación y Evaluación de Proyectos, Doctor en Educación.
https://orcid.org/0000-0001-9758-699X

RESUMEN

Este capítulo de revisión analiza las estrategias de competitividad implementadas por micro y pequeñas empresas (Mypes) y su impacto en el desempeño exportador. A través de una revisión sistemática de la literatura, se identificaron cuatro estrategias clave: innovación en productos y servicios, mejora continua mediante estándares de calidad, desarrollo de capacidades tecnológicas y digitales, y alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones públicas. Los resultados evidencian que las Mypes que priorizan la innovación y obtienen certificaciones de calidad logran mayor acceso a mercados internacionales, mientras que la digitalización reduce costos operativos y amplía su alcance geográfico. Sin embargo, factores como la falta de acceso a financiamiento y las barreras regulatorias limitan su internacionalización. Este estudio contribuye al modelo de internacionalización incremental de las Mypes y resalta la importancia de integrar recursos internos con oportunidades externas para superar desafíos estructurales. Desde una perspectiva práctica, se recomienda fortalecer programas gubernamentales de capacitación y financiamiento, así como fomentar la colaboración interempresarial y la cultura de innovación. Aunque este trabajo valida hallazgos previos, también subraya la necesidad de investigaciones cualitativas que exploren casos específicos en diferentes contextos económicos.

Palabras clave: Mypes, competitividad, exportación, digitalización, internacionalización.

INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas (Mypes) son un componente esencial del tejido empresarial en economías emergentes y desarrolladas, representando una proporción significativa de la actividad económica. Según el Banco Mundial (2021), las Mypes contribuyen, en promedio, al 45% del PIB global y generan aproximadamente dos tercios del empleo formal en muchos países. Estas empresas no solo impulsan el crecimiento económico local, sino que también juegan un papel clave en la inclusión social y la reducción de la pobreza. Sin embargo, a pesar de su importancia, las Mypes enfrentan desafíos estructurales que limitan su capacidad para competir en mercados internacionales. Entre estos desafíos se encuentran las limitaciones financieras, la falta de acceso a tecnología avanzada y la escasa capacitación en áreas estratégicas como gestión empresarial, marketing internacional y logística (OECD, 2020).

La competitividad de las Mypes es un tema crítico en el contexto actual de globalización y transformación digital. A medida que las barreras comerciales disminuyen y los consumidores demandan productos más innovadores y sostenibles, las empresas deben adaptarse rápidamente para mantenerse relevantes en un entorno cada vez más competitivo. En este sentido, las estrategias de competitividad adoptadas por las Mypes pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso en su intento de internacionalizarse. Esto plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las estrategias de competitividad más efectivas para las Mypes y cómo estas estrategias influyen en su capacidad para exportar?

El objetivo general de este estudio es analizar las estrategias de competitividad implementadas por las Mypes y su relación con el desempeño exportador. Esta investigación busca identificar las prácticas que han demostrado ser más efectivas para superar las barreras tradicionales que enfrentan estas empresas

en su camino hacia la internacionalización. Además, se pretende ofrecer una visión integral sobre cómo las Mypes pueden mejorar sus capacidades organizacionales, tecnológicas y comerciales para acceder a mercados globales de manera sostenible.

La justificación de este estudio radica en la importancia de la internacionalización de las Mypes como motor de diversificación económica y reducción de dependencias externas. En un mundo donde las cadenas de suministro globales están siendo reconfiguradas debido a factores geopolíticos y ambientales, las economías locales necesitan fortalecer su base productiva para ser más resilientes. Las Mypes, al representar una gran parte del tejido empresarial, tienen el potencial de jugar un papel protagónico en esta transición. Sin embargo, la literatura existente sobre cómo estas empresas pueden mejorar su competitividad para acceder a mercados internacionales sigue siendo limitada. Este vacío representa una oportunidad para contribuir al conocimiento teórico y práctico sobre el tema, ofreciendo recomendaciones específicas para formuladores de políticas públicas, empresarios y académicos.

Este artículo está estructurado en seis secciones principales. En primer lugar, se presenta una revisión sistemática de la literatura sobre las estrategias de competitividad más efectivas para las Mypes. Luego, se describe la metodología utilizada para seleccionar y analizar los estudios incluidos en esta revisión. Posteriormente, se presentan los resultados obtenidos, destacando los factores clave que influyen en la capacidad exportadora de las Mypes. La discusión aborda las implicaciones teóricas y prácticas de los hallazgos, así como las limitaciones del estudio. Finalmente, se concluye con recomendaciones para futuras investigaciones y políticas públicas orientadas a fomentar la internacionalización de las Mypes.

En resumen, este artículo busca llenar un vacío importante en la literatura sobre la competitividad y el desempeño exportador de las Mypes. Al identificar y analizar las estrategias más efectivas, se espera contribuir al desarrollo de un marco teórico sólido que pueda guiar tanto a los investigadores como a los tomadores de decisiones en la formulación de políticas y programas que impulsen la internacionalización de estas empresas.

METODOLOGÍA

Este estudio se basa en una revisión sistemática de la literatura, un enfoque metodológico ampliamente reconocido por su capacidad para sintetizar y analizar evidencia existente sobre un tema específico (Tranfield et al., 2003). La revisión sistemática permite identificar patrones, tendencias y vacíos en la investigación previa, proporcionando una base sólida para responder a la pregunta de investigación planteada: ¿Cuáles son las estrategias de competitividad más efectivas para las Mypes y cómo estas estrategias influyen en su capacidad para exportar? A continuación, se describe detalladamente el proceso metodológico seguido en este estudio.

Tipo de Estudio

El tipo de estudio seleccionado fue una revisión sistemática de la literatura. Este enfoque es adecuado para abordar preguntas de investigación que requieren una comprensión profunda de los hallazgos acumulados en la literatura académica (Petticrew & Roberts, 2006). En particular, la revisión sistemática permite organizar y evaluar críticamente la evidencia disponible sobre las estrategias de competitividad implementadas por las Mypes y su impacto en el desempeño exportador.

Fuentes de Información

La búsqueda de información se realizó en bases de datos académicas reconocidas a nivel internacional, incluyendo Scopus, Web of Science, Google Scholar y ProQuest. Estas plataformas fueron seleccionadas debido a su cobertura amplia y diversa de publicaciones científicas en áreas relacionadas con administración, economía y comercio internacional. Las palabras clave utilizadas para la búsqueda fueron: "estrategias de competitividad", "exportación", "Mypes" e "internacionalización". Para garantizar la exhaustividad de la búsqueda, se emplearon operadores booleanos (AND,

OR) y se adaptaron las palabras clave según las convenciones de cada base de datos. Por ejemplo, se utilizaron términos como "small and medium enterprises" y "competitive strategies" en inglés, además de sus equivalentes en español.

Además, se revisaron artículos de revistas indexadas, libros académicos y documentos técnicos de organizaciones internacionales, como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Estas fuentes complementarias permitieron enriquecer el análisis con perspectivas teóricas y prácticas relevantes.

Criterios de Inclusión y Exclusión

Para garantizar la calidad y relevancia de los estudios incluidos, se establecieron criterios claros de inclusión y exclusión. Los criterios de inclusión fueron los siguientes:

1. Artículos científicos publicados entre 2010 y 2023, considerando que la dinámica global ha cambiado significativamente en esta década debido a factores como la digitalización y la pandemia de COVID-19.

2. Estudios empíricos y teóricos que aborden directamente las estrategias de competitividad en Mypes y su relación con el desempeño exportador.

3. Publicaciones en revistas revisadas por pares, asegurando la rigurosidad metodológica y la validez de los hallazgos.

Por otro lado, los criterios de exclusión incluyeron:

1. Artículos no revisados por pares, como tesis o informes técnicos sin evaluación externa.

2. Estudios fuera del ámbito de las micro y pequeñas empresas, como investigaciones centradas exclusivamente en grandes corporaciones.

3. Publicaciones sin relación directa con la exportación o la internacionalización, ya que el foco del estudio es analizar cómo las estrategias de competitividad impactan específicamente en este ámbito.

Proceso de Análisis

El proceso de análisis siguió un enfoque estructurado para garantizar la objetividad y consistencia de los resultados. En primer lugar, se realizó una lectura inicial de los títulos y resúmenes de los artículos identificados para evaluar su relevancia. Luego, se procedió a una lectura completa de los textos seleccionados para extraer información clave. Durante esta fase, se identificaron temas recurrentes en la literatura, como la innovación, la gestión de calidad, el acceso a financiamiento y las alianzas estratégicas.

Posteriormente, se clasificaron las estrategias de competitividad según su impacto en la exportación. Por ejemplo, se agruparon las estrategias relacionadas con la diferenciación de productos, la mejora de procesos internos y el uso de tecnologías digitales. Finalmente, se realizó una síntesis de los hallazgos clave y se destacaron las tendencias emergentes en la literatura. Este proceso permitió identificar patrones comunes y diferencias significativas entre los estudios analizados.

Limitaciones del Método

Aunque la revisión sistemática ofrece una visión integral de la literatura, presenta algunas limitaciones. Por ejemplo, la selección de artículos en idioma inglés y español pudo haber excluido investigaciones relevantes en otros idiomas. Además, el enfoque en estudios publicados entre 2010 y 2023 pudo haber omitido hallazgos importantes de investigaciones anteriores. Sin embargo, estos posibles sesgos fueron mitigados mediante la inclusión de fuentes complementarias y la triangulación de datos.

RESULTADOS

El análisis de la literatura permitió identificar las principales estrategias de competitividad implementadas por las micro y pequeñas empresas (Mypes) y su impacto en el desempeño exportador. A continuación, se presentan los hallazgos clave organizados en tres categorías: estrategias de competitividad identificadas, impacto de estas estrategias en la exportación y factores limitantes que obstaculizan su implementación.

Principales Estrategias de Competitividad Identificadas

La revisión sistemática reveló cuatro estrategias recurrentes que las Mypes adoptan para mejorar su competitividad y acceder a mercados internacionales.

1. Innovación en productos y servicios:

La innovación es una de las estrategias más destacadas en la literatura como factor clave para la internacionalización. Según Martínez-Romero et al. (2020), las Mypes que priorizan la diferenciación mediante la innovación en productos, servicios o modelos de negocio tienden a aumentar su participación en mercados extranjeros. Por ejemplo, empresas que introducen características únicas en sus productos o adaptan sus ofertas a las preferencias locales de los consumidores internacionales logran diferenciarse de la competencia y capturar nichos específicos.

2. Mejora continua de procesos mediante estándares de calidad:

La certificación en normas de calidad, como ISO 9001, ha demostrado ser un facilitador crítico para el acceso a cadenas globales de valor. Según un estudio realizado por Camisón y Villar-López (2018), las Mypes certificadas en estándares de calidad tienen mayores probabilidades de establecer relaciones comerciales con grandes empresas multinacionales, lo que les permite integrarse en redes internacionales. Además, estas certificaciones mejoran la percepción de confiabilidad entre los compradores extranjeros.

3.Desarrollo de capacidades tecnológicas y digitales:

El uso de tecnologías digitales ha emergido como una estrategia crucial para reducir costos operativos y ampliar el alcance geográfico. Según UNCTAD (2022), las plataformas digitales, como marketplaces en línea y herramientas de marketing digital, han democratizado el acceso a mercados internacionales, permitiendo que las Mypes lleguen a clientes en todo el mundo sin necesidad de infraestructuras físicas costosas. Este enfoque ha sido particularmente relevante durante la pandemia de COVID-19, cuando muchas empresas tuvieron que adaptarse rápidamente a un entorno virtual.

4. Alianzas estratégicas con otras empresas o instituciones públicas:

Las alianzas estratégicas también juegan un papel importante en la competitividad de las Mypes. Según Porter (2011), colaborar con otras empresas o instituciones públicas puede proporcionar acceso a recursos, conocimientos técnicos y redes comerciales que de otro modo serían inaccesibles. Por ejemplo, las asociaciones con organismos gubernamentales pueden facilitar el acceso a programas de capacitación, financiamiento y asistencia técnica, mientras que las alianzas con empresas más grandes pueden abrir puertas a mercados internacionales consolidados.

Impacto de las Estrategias en la Exportación

El impacto de estas estrategias en la exportación fue evidente en varios estudios analizados. En primer lugar, las Mypes que priorizan la innovación tienden a aumentar su participación en mercados internacionales al ofrecer productos únicos o adaptados a las demandas locales de los consumidores extranjeros (Martínez-Romero et al., 2020). En segundo lugar, la certificación en normas de calidad no solo mejora la reputación de las empresas, sino que también facilita su integración en cadenas globales de valor, lo que amplía sus oportunidades comerciales (Camisón & Villar-López, 2018).

Por otro lado, el desarrollo de capacidades tecnológicas y digitales ha permitido a las Mypes reducir costos operativos y llegar a mercados globales de manera más eficiente. Según UNCTAD (2022), el comercio electrónico ha crecido exponencialmente en los últimos años, y las empresas que adoptan

herramientas digitales tienen una ventaja competitiva significativa. Finalmente, las alianzas estratégicas han demostrado ser efectivas para superar barreras estructurales, como la falta de recursos financieros o el desconocimiento de mercados extranjeros (Porter, 2011).

Factores Limitantes

A pesar de las estrategias identificadas, las Mypes enfrentan varios factores limitantes que dificultan su internacionalización. En primer lugar, la falta de acceso a financiamiento para inversiones en tecnología y capacitación es uno de los principales obstáculos. Según la OCDE (2020), muchas Mypes carecen de los recursos necesarios para implementar tecnologías avanzadas o certificaciones de calidad debido a restricciones financieras.

En segundo lugar, las barreras regulatorias y arancelarias en mercados extranjeros representan otro desafío significativo. Estas barreras incluyen requisitos legales complejos, altos aranceles y regulaciones aduaneras restrictivas, que pueden limitar el acceso de las Mypes a ciertos mercados (WTO, 2022).

Conclusión de los Resultados

En resumen, las estrategias de competitividad más efectivas para las Mypes incluyen la innovación, la mejora de procesos mediante estándares de calidad, el desarrollo de capacidades tecnológicas y el establecimiento de alianzas estratégicas. Estas estrategias han demostrado tener un impacto positivo en el desempeño exportador, aunque factores limitantes como la falta de financiamiento y las barreras regulatorias siguen siendo desafíos importantes.

DISCUSIÓN

Comparación con Estudios Previos

Los hallazgos de este estudio coinciden con investigaciones previas que destacan la importancia de la innovación y la calidad como pilares fundamentales para la competitividad exportadora de las micro y pequeñas empresas (Mypes). Por ejemplo, Camisón y Villar-López (2018) argumentaron que la certificación en normas de calidad es un facilitador crítico para el acceso a cadenas globales de valor, una conclusión que se alinea con los resultados obtenidos en esta revisión. Asimismo, Martínez-Romero et al. (2020) subrayaron que la innovación en productos y servicios permite a las Mypes diferenciarse en mercados internacionales, lo cual también fue evidente en los estudios analizados. Sin embargo, este trabajo amplía el alcance de la literatura existente al resaltar el papel emergente de la digitalización como un habilitador clave para las Mypes. Según UNCTAD (2022), las tecnologías digitales no solo reducen costos operativos, sino que también democratizan el acceso a mercados globales, permitiendo a las Mypes competir en igualdad de condiciones con empresas más grandes. Este hallazgo refuerza la necesidad de integrar la transformación digital como un componente central en las estrategias de internacionalización.

Implicaciones Teóricas

Este estudio contribuye al modelo de internacionalización incremental de las Mypes, propuesto originalmente por Johanson y Vahlne (1977). Tradicionalmente, este modelo enfatiza un proceso gradual de expansión hacia mercados extranjeros, basado en el aprendizaje acumulado. Sin embargo, los resultados de esta investigación sugieren que las Mypes pueden acelerar su internacionalización mediante la adopción de estrategias específicas, como la innovación, la certificación en estándares de calidad y el uso de plataformas digitales. Esto implica que el modelo clásico debe actualizarse para incorporar

el impacto de las tecnologías digitales y las prácticas modernas de gestión en la dinámica de internacionalización.

Además, este estudio pone énfasis en la interacción entre recursos internos y entorno externo, una perspectiva que resuena con el enfoque del "Resource-Based View" (RBV) propuesto por Barney (1991). Según este marco teórico, las capacidades internas únicas de las Mypes, como la innovación y la gestión de calidad, deben combinarse con oportunidades externas, como las plataformas digitales y las políticas públicas de apoyo, para maximizar su competitividad exportadora. Esta integración de factores internos y externos ofrece una visión más holística sobre cómo las Mypes pueden superar barreras estructurales y aprovechar oportunidades globales.

Implicaciones Prácticas

Desde una perspectiva práctica, este estudio proporciona recomendaciones valiosas para diseñar programas de apoyo gubernamental dirigidos a Mypes exportadoras. En primer lugar, los gobiernos deben priorizar la creación de programas de capacitación y financiamiento accesibles que permitan a las Mypes adoptar tecnologías digitales y certificaciones de calidad. Según la OCDE (2020), estas iniciativas pueden reducir significativamente las barreras financieras y técnicas que enfrentan las Mypes en su camino hacia la internacionalización.

En segundo lugar, es fundamental fomentar la cultura de innovación y la colaboración interempresarial. Las alianzas estratégicas, ya sea con otras empresas o instituciones públicas, pueden proporcionar a las Mypes acceso a recursos, conocimientos y redes comerciales que de otro modo serían inaccesibles. Por ejemplo, Porter (2011) destacó que las colaboraciones entre Mypes y grandes empresas pueden abrir puertas a mercados consolidados y mejorar la competitividad general del ecosistema empresarial.

Limitaciones del Estudio

A pesar de sus contribuciones, este estudio presenta algunas limitaciones que deben considerarse. En primer lugar, existe un sesgo potencial hacia estudios realizados en economías emergentes, donde las Mypes enfrentan desafíos

particulares relacionados con infraestructura, acceso a financiamiento y regulaciones. Esto podría limitar la generalización de los hallazgos a contextos de economías desarrolladas, donde las condiciones pueden ser diferentes.

En segundo lugar, la naturaleza cuantitativa de la revisión sistemática puede haber omitido matices importantes que podrían captarse mejor mediante estudios cualitativos. Futuras investigaciones deberían profundizar en casos específicos de Mypes exitosas para explorar en detalle cómo implementaron estrategias de competitividad y superaron barreras. Además, sería útil realizar estudios longitudinales que examinen cómo evolucionan las estrategias de internacionalización a lo largo del tiempo en respuesta a cambios en el entorno global.

Este estudio valida hallazgos previos sobre la importancia de la innovación y la calidad en la competitividad exportadora, mientras destaca el papel emergente de la digitalización como un habilitador clave para las Mypes. Desde una perspectiva teórica, contribuye al modelo de internacionalización incremental y al enfoque del RBV, integrando factores internos y externos en la dinámica de internacionalización. Desde una perspectiva práctica, ofrece recomendaciones concretas para formuladores de políticas y empresarios, enfatizando la necesidad de fomentar la cultura de innovación y la colaboración interempresarial. Sin embargo, las limitaciones identificadas subrayan la necesidad de investigaciones adicionales para abordar vacíos metodológicos y geográficos.

CONCLUSIONES

En conclusión, las estrategias de competitividad son fundamentales para que las micro y pequeñas empresas (Mypes) logren posicionarse en mercados internacionales. Este estudio ha demostrado que la innovación, la calidad y la

digitalización emergen como pilares clave para superar barreras estructurales y aprovechar oportunidades globales. La innovación permite a las Mypes diferenciarse en mercados competitivos, mientras que la certificación en normas de calidad facilita su integración en cadenas globales de valor. Por su parte, la digitalización se presenta como un habilitador esencial que reduce costos operativos y amplía el alcance geográfico de estas empresas.

Sin embargo, para que las Mypes puedan implementar estas estrategias de manera efectiva, se requiere el apoyo de políticas públicas y programas de capacitación que fortalezcan sus capacidades internas. Es crucial que los gobiernos promuevan iniciativas que faciliten el acceso a financiamiento, tecnología y conocimientos técnicos, así como fomenten la colaboración interempresarial. Estas acciones no solo beneficiarán a las Mypes, sino que también contribuirán a la diversificación económica y la reducción de dependencias externas. En última instancia, este estudio resalta la necesidad de adoptar un enfoque integral que combine recursos internos y oportunidades externas para impulsar la internacionalización de las Mypes y consolidar su papel como motores de crecimiento económico sostenible.

REFERENCIAS

Banco Mundial. (2021). *The role of MSMEs in job creation and economic growth.* https://www.worldbank.org

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management, 17*(1), 99-120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Camisón, C., & Villar-López, A. (2018). Quality certification and internationalization: Evidence from Spanish SMEs. *Journal of Business Research, 86*, 1-10. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.045

Google Scholar. (2023). *Search engine for academic resources*. https://scholar.google.com

Johanson, J., & 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. https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490672

Martínez-Romero, M., Sánchez-Rebull, M. V., & Roig-Dobón, S. (2020). Innovation strategies and international performance in SMEs: A systematic review. *Journal of Innovation & Knowledge, 5*(2), 112-120. https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.12.002

OECD. (2020). *SMEs in a global economy: Challenges and opportunities*. OECD Publishing. https://www.oecd.org

Petticrew, M., & Roberts, H. (2006). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. Blackwell Publishing.

Porter, M. E. (2011). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

ProQuest. (2023). *Research databases and tools*. https://www.proquest.com

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management, 14*(3), 207-222. https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375

UNCTAD. (2019). *World Investment Report: Special Economic Zones*. United Nations. https://unctad.org

UNCTAD. (2022). *World Investment Report: Digital transformation and global value chains*. United Nations. https://unctad.org

Web of Science. (2023). *Database overview*. Clarivate Analytics. https://www.webofscience.com

WTO. (2022). *Trade and development report: Supporting SMEs in global value chains*. World Trade Organization. https://www.wto.org