



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

¿Cuáles son las estrategias de internacionalización de las Pymes para la entrada a mercados latinoamericanos, en los últimos 10 años?, una revisión de la literatura científica.

Trabajo de investigación para optar el grado de:

**Bachiller en Administración y Negocios Internacionales**

**Autor:**

Jose Carlos Cornejo Ruiz

**Asesor:**

Mg. Randolph Fernando Ñiquen Levy

Lima - Perú

2020

## DEDICATORIA

A mi familia, sobre todo a mis padres por alentarme y haberme apoyado a nunca darme por vencido en mi desarrollo personal y profesional, le dedico los resultados de mi dedicación y esfuerzo.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia, por su constante apoyo en todo el transcurso de mi formación personal, a mi profesores por formarme como el profesional que soy y ser parte de mi aprendizaje y a todas las personas que creyeron en mí para la realización de este trabajo de investigación,

## TABLA DE CONTENIDO

<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>7</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA</b> .....	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS</b> .....	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES</b> .....	<b>23</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>24</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>28</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

**Tabla 1:** Total de artículos escogidos de las bases de datos.

**Tabla 2:** Clasificación de artículos por año y porcentaje.

**Tabla 3:** Artículos y su clasificación según la revista en donde se publicaron.

**Tabla 4:** Número de artículos clasificados por sector.

**Tabla 5:** Cuadro de diferenciación de los puntos de vista de dos autores

**Tabla 6:** Tabla de artículos extraídos de la base de datos SCIELO.

**Tabla 7:** Tabla de artículos extraídos de la base de datos SCIENCE DIRECT.

**Tabla 8:** Tabla con el total de artículos extraídos de las bases de datos SCIENCE DIRECT Y SCIELO.

## ÍNDICE DE FIGURAS

**Figura 1:** Detalle de la Palabra clave utilizada en la base de datos SCIELO.

**Figura 2:** Filtros aplicados en la base de datos SCIELO.

**Figura 3:** Detalle de la Palabra clave utilizada en la base de datos SCIENCE DIRECT.

**Figura 4:** Filtros aplicados en la base de datos SCIENCE DIRECT.

**Figura 5:** Extracción de los artículos en el Gestor de Referencias bibliográficas (ZOTERO).

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

**Grafico 1:** Representación porcentual de los artículos hallados en las bases de datos SCIELO Y SCIENCEDIRECT.

**Grafico 2:** Representación porcentual de los artículos escogidos en las bases de datos SCIELO Y SCIENCEDIRECT.

## RESUMEN

El presente artículo constituye las diferentes estrategias de internacionalización, las cuales son de vital importancia para las organizaciones, dichas estrategias permiten enfocar los productos y servicios al exterior. El propósito de este trabajo de investigación es brindar un beneficio, a través de conocimientos ya existentes, que permitan un mejor desarrollo en el crecimiento, desempeño y entrada a mercados latinoamericanos.

La metodología utilizada para este trabajo de investigación consistió en el filtrado de cada artículo, dando un total de 25 artículos relacionados al tema a analizar. Se utilizaron 2 bases de datos en la búsqueda; Scimedirect y Scielo. El periodo de tiempo empleado fue de una antigüedad máxima de 10 años, en donde se evaluó, filtro y selecciono temas de investigación, haciendo uso de la palabra clave “estrategias de internacionalización”.

Los resultados mostraron en que año, bases de datos, sector y revistas hay mayor presencia de investigaciones realizadas, incluyendo los puntos de vista de algunos autores a través de la realización de una tabla de diferenciación.

En conclusión, se filtró, depuro, selecciono y clasifíco los artículos seleccionados, sin embargo, el tema requiere de mayor investigación para una correcta y eficiente aplicación a largo plazo.

**PALABRAS CLAVES:** Estrategias de Internacionalización.



## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Con el pasar de los años la internacionalización, ha permitido que una gran cantidad de empresas pertenecientes a diferentes sectores, tengan la oportunidad de llevar sus productos y servicios a mercados externos. Lo cual ha generado un potencial desarrollo en la comunicación, unión de mercados y en el progreso de las economías de muchas organizaciones. (Mendoza S. 2012) Pág. 6 afirma: «Que la búsqueda de mercados internacionales permite un mayor crecimiento empresarial para las pymes», De este modo las estrategias de internacionalización son factores fundamentales para que logren el éxito en mercados aún no explorados. (Sarmiento S. 2014) Pág. 114 refiere que: «Es básico estar consciente de la necesidad de participar en mercados externos buscando una serie de beneficios apoyados en el aprovechamiento de economías de escala, poder de negociación frente a proveedores, adecuados canales de distribución y lograr el reconocimiento de sus clientes».

(Tabares S. 2012) Pág. 69 afirma que: «En el caso de las pequeñas y medianas empresas (pymes), la intención de alcanzar mercados internacionales ha sido una duda constante, y no tan compleja de responder para países del primer mundo, donde las condiciones tecnológicas y culturales han permitido el acceso al mercado internacional con un metodismo acertado». (Porter, 1985) señalo: La orientación al mercado es un constructo que ha sido utilizado en las organizaciones ya sea por su capacidad de crear ventaja competitiva o por constituirse en una estrategia para el desarrollo de mercados internacionales. (Escandón y Hurtado, 2014) Pág. 432.

(Ochoa Et al; 2017) Pág. 423 describe que: «La estrategia empresarial que define dónde va a competir la empresa y la internacionalización, supone una decisión de ampliar geográficamente su campo de actividad. Esto representa la búsqueda de un nuevo mercado con el producto actual que a la mano de un conjunto de estrategias, puede llegar a generar un desarrollo sostenible duradero en el mercado objetivo». Las tendencias de hoy en día, el crecimiento acelerado y el lograr un buen posicionamiento en el mercado de origen, son detonantes para tomar decisiones de enfoque a nuevos destinos geográficos, Escandón D. y Hurtado A., (2014), Pág. 1, es de esta manera que las pymes tienen que plantearse estrategias de penetración óptimas para que puedan manejar los retos externos que tendrán al querer posicionar su servicio o producto.

Con relación al estudio de la revisión sistemática se plantea y argumenta la siguiente pregunta ¿Cuáles son las estrategias de internacionalización de las Pymes para la entrada a mercados latinoamericanos, en los últimos 10 años?, en subsiguiente se podrá poner a prueba la existencia de investigaciones previas elaboradas con relación al tema seleccionado, para contribuir como referencia a futuras investigaciones.

El principal objetivo de esta investigación es analizar los estudios científicos y empíricos sobre las estrategias de internacionalización de las pymes para la entrada a nuevos mercados latinoamericanos en conjunto con el impacto que pueden llegar a generar entre los años 2010-2020.

Posteriormente, la revisión sistemática está estructurada en capítulo II: Metodología, capítulo III, resultados y en el capítulo IV se mencionan las conclusiones, para finalizar se adjuntan las referencias y anexos.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### Tipo de estudio

El tipo de estudio está enfocado a través de la metodología de una revisión sistemática de la literatura científica, la cual permite recopilar conocimientos de un área específica y delimitar un tema en concreto, conforme a resultados recopilados en los diferentes campos, para así lograr tener recomendaciones en el desarrollo de futuras investigaciones, (Moreno, Muñoz, Cuellar, Domancic y Villanueva, 2018). La interrogante que el trabajo de investigación busca responder es: ¿Cuáles son las estrategias de internacionalización de las Pymes para la entrada a mercados latinoamericanos, en los últimos 10 años?

### Criterios de Selección

Para comenzar con la recolección de los artículos se hizo el uso de la palabra clave “Estrategias de internacionalización”. Los filtros implementados en la búsqueda fueron año de publicación (entre los años 2010-2020) por el periodo de tiempo del trabajo de investigación, que está situado en los últimos 10 años. En tipo de literatura se utilizaron solo (Artículos), porque estos son necesarios para la revisión sistemática, así mismo en idioma se tomaron en cuenta (español) porque facilita la lectura, por otro lado (inglés) debido a la presencia de información relevante contenida en estos; La base de datos de la cual se hizo manejo fue SCIELO y la estrategia de búsqueda fue hecha sin el uso de operadores booleanos con el propósito de adquirir artículos relaciones más al enfoque central del trabajo, que vendrían a ser estrategias de internacionalización, habiendo depurado por cada filtro hasta obtener un total de 64 artículos en la base de datos.

Para comenzar con la búsqueda de los artículos se hizo el uso de la palabra clave “Estrategias de internacionalización”. Los filtros implementados en la búsqueda fueron año de publicación (entre los años 2010-2020) por el periodo de tiempo del trabajo de investigación, que está situado en los últimos 10 años. En tipo de artículo se utilizaron solo (Artículos de investigación), porque estos son necesarios para la revisión sistemática, así mismo en idioma se tomaron en cuenta (español) porque facilita la lectura. La base de datos de la cual se hizo manejo fue SCIEDIRECT y la estrategia de búsqueda fue hecha sin el uso de operadores booleanos con el propósito de adquirir artículos relaciones más al enfoque central del trabajo, que vendrían a ser estrategias de internacionalización, habiendo depurado por cada filtro hasta obtener un total de 220 artículos en la base de datos. (**VER ANEXO 1**)

### **Criterios: Clasificación y Extracción**

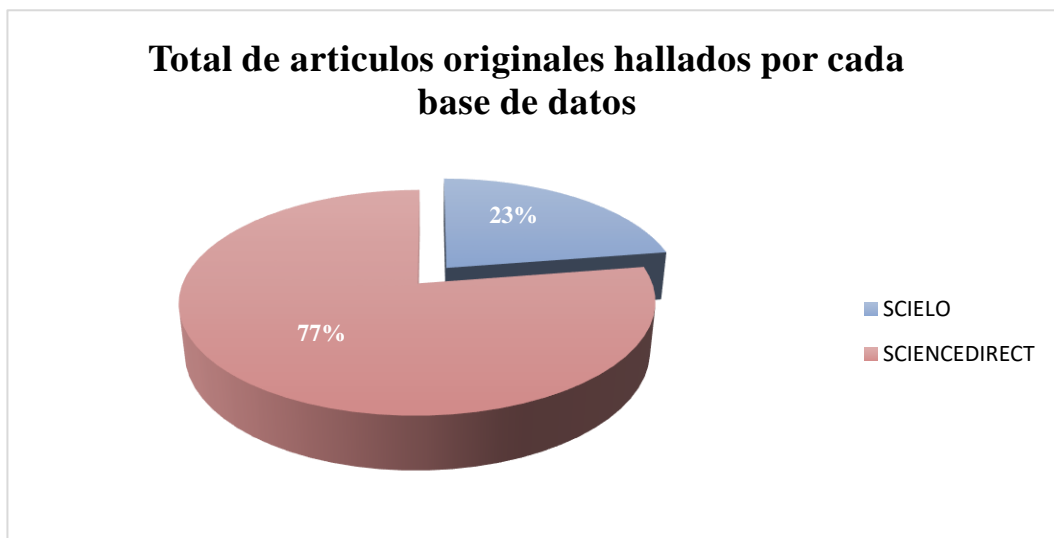
Los artículos recuperados en las dos bases de datos, 64 artículos en SCIELO y 220 en SCIEDIRECT, pasaron por una clasificación y depuración conforme al resumen y a la palabra clave que tuviera una mayor coincidencia con la elegida, la cual es “estrategias de internacionalización”; la calidad e importancia en el tema a analizar, también fueron fundamentales en la exclusión de información, es por esa razón que se recopilaron 14 artículos en SCIELO Y 11 artículos en SCIEDIRECT, para la extracción de los artículos se hizo uso del gestor de referencias bibliográficas ZOTERO. Se extrajo 25 artículos con sus respectivas referencias, las cuales fueron clasificadas en tablas según los campos tales como, Título; Autor(es); Año, Volumen, Páginas, URL (**VER ANEXOS 2, 3, 4 y 5**)

## **Criterios de Revisión**

En el desarrollo de la revisión sistemática, se emplearon las lecturas de los resúmenes ya existentes en cada trabajo de investigación, para una revisión inicial, posteriormente se pasó a realizar una segunda lectura de manera completa.

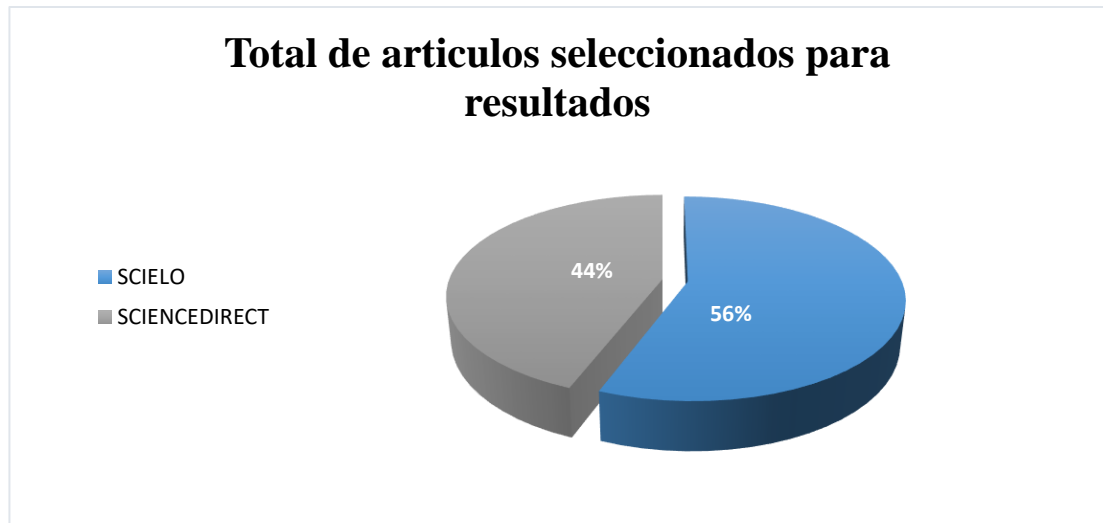
### CAPÍTULO III. RESULTADOS

En el proceso de búsqueda de los artículos ejecutados en la base de dato SCIELO Y SCIEDIRECT, se encontraron en total 284 artículos originales que tenían relación con los filtros y la palabra clave utilizada entre los años 2010 al 2020. A nivel porcentual se tiene como resultado: Un 77% en SCIEDIRECT siendo la base de datos con más considerable presencia de artículos, y por ultimo SCIELO con un 23% siendo la fuente con menor presencia de artículos. **Ver gráfico I.**



*Grafico N°1:* Representación porcentual de los artículos hallados en las bases de datos SCIELO Y SCIEDIRECT.

Consecutivamente, se borraron los duplicados mediante la ejecución del gestor de referencias Zotero, obteniendo un total de 25 artículos, siendo 14 artículos de SCIELO Y 11 artículos en SCIEDIRECT. Se hizo la representación porcentual de la cantidad de artículos dando como resultado: 56% en SCIELO siendo la fuente con mayor número de artículos relacionados a la palabra clave utilizada y 44% en SCIEDIRECT. **Ver gráfico II.**



*Grafico N°2:* Representación porcentual de los artículos escogidos en las bases de datos SCIELO Y SCIEDIRECT.

En la siguiente tabla se muestra como resultado final los 25 artículos recopilados de las dos bases de datos, distribuidos conforme la base de datos, títulos de artículos y año.

**Tabla 1**

*Total de artículos escogidos de las bases de datos*

Base de datos	TITULOS DE LOS ARTICULOS	AÑO
Scielo	La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización	2010
Scielo	Proceso de internacionalización de servicios. Un estudio en una cadena de restaurantes del nordeste brasileño	2012
Scielo	Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile	2013
Scielo	Revisión analítica de los procesos de Internacionalización de las PYMES	2012
Scielo	Estrategia internacional de una multinacional brasileña emergente: el caso JBS	2012

Scielo	ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION Y GLOBALES PARA PAISES EN DESARROLLO Y EMERGENTES	2014
Scielo	Condiciones y determinantes de la internacionalización de las empresas industriales latinoamericanas	2014
Scielo	LA INNOVACIÓN COMO COMPETENCIA CENTRAL EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS FIRMAS LATINOAMERICANAS: EL PROCESO DE BICO INTERNACIONAL, EMPRESA DEL GRUPO CARVAJAL S.A.1	2011
Scielo	Internationalization strategies of a Multilatina in the service sector: Avianca-Taca holdings S.A. case study	2014
Scielo	Proceso de internacionalización en el sector farmacéutico: el caso de la empresa colombiana Tecnoquímicas*	2017
Scielo	Programas gubernamentales para la internacionalización de las empresas: una reflexión desde el caso del sector de cosméticos y productos de aseo en Bogotá	2019
Scielo	ESTRATEGIA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE MARCA PAÍS EN COLOMBIA: RECORRIDO HISTÓRICO, ENFOQUES Y TEORÍAS.	2018
Scielo	Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero	2019
Scielo	Growth Strategies of Media Companies: Efficiency Analysis	2020
Scienccedirect	LA ELECCIÓN DEL MODO DE ENTRADA EN UN MERCADO INTERNACIONAL. EL CASO DE LAS CADENAS HOTELERAS DE BALEARES EN LA REGIÓN DEL CARIBE Y EL GOLFO DE MÉXICO	2010
Scienccedirect	LIDERAZGO, LA COMPETENCIA ESENCIAL QUE TRANSFORMO UNA EMPRESA COLOMBIANA EN UN GIGANTE INTERNACIONAL: EL CASO DE CEMENTOS ARGOS	2011
Scienccedirect	¿CÓMO COMPITEN LAS PYMES EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES? ANÁLISIS DE UN CLÚSTER LOCAL CON VOCACIÓN EXPORTADORA	2012



Sciencedirect	Análisis clúster en las franquicias españolas internacionalizadas. Identificación mediante segmentación de clases latentes	2013
Sciencedirect	Empresas de internacionalización acelerada: estudio de casos en Venezuela	2014
Sciencedirect	Los determinantes de la orientación exportadora y los resultados en las pymes exportadoras en Colombia	2014
Sciencedirect	Internacionalización de las pymes: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa	2015
Sciencedirect	LA ESTRATEGIA EXPORTADORA DE LA EMPRESA Y SU RELACIÓN CON EL RESULTADO INTERNACIONAL	2010
Sciencedirect	Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas	2016
Sciencedirect	EFFECTOS DE LA PROACTIVIDAD EXPORTADORA Y LA ORIENTACIÓN AL MERCADO EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR	2012
Sciencedirect	La expansión internacional de la firma: experiencia de una pyme del sector tecnológico de Argentina	2017
<b>TOTAL</b>		<b>25</b>

Los 25 artículos finales se clasificaron en esta tabla conforme a base de datos, título y año.

En primer lugar, con los 25 artículos escogidos se desarrolló una tabla distribuyéndolos por año, el cual han sido publicado, la cantidad de artículos por año y su porcentaje, todo entre la etapa de 2010 al 2020 dando como resultado el año en donde se realizaron mayores publicaciones sobre el tema a investigar. En los años en donde se obtuvieron 5 publicaciones fueron el 2012 y 2014, siendo los años con mayor publicaciones relacionados al tema de investigación, continuando por el año 2010 con 3 publicaciones,

consecutivamente seguido por los años 2011, 2013, 2017 y 2019 con 2 publicaciones, finalmente, los años 2015, 2016, 2018 y 2020 con solo una publicación. **Ver Tabla 2**

**Tabla N°2**

*Clasificación de artículos por año y porcentaje*

<b>Año</b>	<b>Cantidad de artículos</b>	<b>de %</b>
2010	3	12%
2011	2	8%
2012	5	20%
2013	2	8%
2014	5	20%
2015	1	4%
2016	1	4%
2017	2	8%
2018	1	4%
2019	2	8%
2020	1	4%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Se realizó la clasificación de los artículos seleccionados en esta tabla conforme al año y sus respectivos resultados porcentuales, los años 2012 y 2014 obtuvieron el mayor porcentaje con un 20% de publicaciones, seguidamente el año 2010 con un 12% de publicaciones, continuando con los años 2011, 2013, 2017 y 2019 con un 8%, finalmente en los años 2015, 2016, 2018 y 2020 se obtuvo el mínimo porcentaje de 4%.

Consecutivamente realizando una segunda clasificación de los 26 artículos escogidos, se procedió a elaborar una tabla de clasificación de cada artículo por su revista de publicación, con el número de artículos por revista y porcentaje correspondiente, dando como resultado la revista que nos brindó mayores fuentes de información con relación al tema de investigación. La revista con mayor número de artículos publicados fue “Estudios Gerenciales” con 6 artículos, continuando con la revista “Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa” con 3 artículos, seguidamente la revista “Pensamiento y Gestión” con 2 artículos, finalmente el resto de revistas solo cuentan con un artículo publicado. **Ver tabla 3**

**Tabla 3**

*Artículos y su clasificación según la revista en donde se publicaron*

<b>Revista</b>	<b>N° de artículos</b>	<b>%</b>
Pensamiento y Gestión	2	8%
Documentos Especiales	1	4%
Journal of Technology & Management Innovation	1	4%
Artigos	1	4%
Dimensión Empresarial	1	4%
Apuntes 75	1	4%
Estudios Gerenciales	6	24%
AD- Minister	1	4%
Innovar	1	4%
Chakiñan	1	4%
Entramado	1	4%
Dialnet	1	4%

Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa	3	12%
Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa	1	4%
Contaduría y administración	1	4%
Suma de negocios	1	4%
Revista Española de Investigación de Marketing ESIC	1	4%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Se clasificaron los artículos escogidos conforme a la revista de publicación y respectivos valores porcentuales, la revista que obtuvo mayor porcentaje fue “Estudios Gerenciales” con un 24% de publicaciones, seguidamente la revista “Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa” con un 12%, continuando con la revista “Pensamiento y Gestión” con un 8%, mientras que con las revistas restantes, se obtuvo un porcentaje mínimo equivalente al 4% de publicaciones.

Consecuentemente, las clasificaciones de los 25 artículos escogidos se elaboró una tabla conforme a los sectores donde se realizan las diferentes investigaciones, con el número de artículos y valor porcentual por cada sector, dando como resultado en que sector hay una mayor coincidencia con los artículos de investigación. El sector que posee más coincidencias es Comercio Internacional con 8 artículos, continuando con el sector Industrial con 6 artículos, consecutivamente el sector de servicios con 3 artículos, finalmente los demás sectores obtuvieron un artículo correspondientemente. **Ver tabla 4**

**Tabla 4**

*Número de artículos clasificados por sector*

<b>Sector</b>	<b>N° de artículos</b>	<b>%</b>
Agroindustrial	1	4%
comercio	1	4%
Comercio Internacional	8	32%
Cosmética	1	4%
Farmacéutico	1	4%
Hotelero	1	4%
Industrial	6	24%
Servicios	3	12%
Tecnológico	1	4%
Textil	1	4%
No especificado	1	4%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Se clasificaron los artículos finales escogidos conforme al sector, el número de artículos de cada sector y sus respectivos porcentajes, el sector que posee un número de coincidencias es el sector de comercio internacional con un 32%, continuando con el sector industrial con un 24%, seguidamente con el sector de servicios con un 12%, para finalizar los sectores que restan obtuvieron el porcentaje mínimo equivalente al 4%.

Para finalizar, conforme a los 25 artículos escogidos, se realizó un cuadro de diferenciación entre los autores de dos temas de investigación, con el propósito de mostrar el punto de vista de cada uno con relación a la internacionalización de las pymes al sector latinoamericano, los temas escogidos para la realización de esta tabla de diferenciación fueron “Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile” cuyo autores son Poblete C, Amoros J. y con relación al segundo artículo “Factores

que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero” cuyo autor es Hoyos, A, recopilando así una idea concisa y explícita acerca de la internacionalización de las pymes a sectores latinoamericanos de cada uno de ellos.

**Tabla 5**

*Cuadro de diferenciación de los puntos de vista de dos autores*

Base de datos	Autor (es)	Pensamientos	Título del artículo
Scielo	Poblete C, Amoros J (2013) Pag. 99	"El proceso de internacionalización es un proceso evolutivo, donde las pymes se vuelven cada vez más internacionales a medida que pasa el tiempo. El progresivo aumento del conocimiento y de la experiencia permiten superar las barreras psicológicas y reducir los riesgos asociados a una internacionalización profunda".	Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile
Scencedirect	Hoyos, A (2019) Pag. 95	"Las pymes, al no contar con productos innovadores, podrían en el mediano plazo enfrentar dificultades para seguir siendo competitivos en los mercados internacionales, siendo fundamental para entrar a nuevos mercados mantenerse al tanto de las tendencias actuales globales"	Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero

La tabla muestra la selección de dos temas de investigación “Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile” de la base de datos SCIELO y “Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero” de la base de datos SCIENCEDIRECT en donde sus autores expresan sus puntos de vista en relación a la internacionalización.

## CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES

En conclusión, «Una revisión sistemática facilita y resume los contenidos de una gran diversidad de artículos que responden a una misma interrogante, conforme a su proceso de elaboración correspondiente, a la mano de evidencia confiable que disminuya el riesgo de sesgo, permitiendo de esta manera, tomar decisiones más certeras basadas en evidencia». (Moreno et al., 2018) Pág. 184. En pocas palabras, en esta revisión sistemática si se llegó a dar respuesta a la interrogante de investigación, obteniendo un conocimiento similar más no netamente idéntico referido al tema de estrategias de internacionalización de las pymes para la entrada a mercados latinoamericanos en el periodo de 10 años como mínimo. El objetivo central del presente trabajo es definir o delimitar métodos generalizados de mecanismos para el ingreso a mercados latentes, y el impacto que puede generar utilizarlas y ponerlas en práctica a largo plazo en las empresas. Por ese motivo, el proceso de elaboración de este artículo de revisión sistemática y sus resultados se toman como referencia para el desarrollo de futuras investigaciones, según (Poblete & Amorós, 2013) Pág. 97. «La internacionalización es un factor muy importante para el desarrollo, con el fin de poder convertir las empresas establecidas, en generadoras de empleo y conscientes de innovación». Es por ello que este tema es de vital interés en los diferentes tipos de organizaciones, y así mismo para contrarrestar las distintas limitaciones encontradas en el desarrollo de la investigación.

## REFERENCIAS

- Becerra, P., & Patricia, D. (2010). Globalization and entrepreneurial growth through internationalization strategies. *Pensamiento & Gestión*, (28), 171-195. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1657-62762010000100009&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1657-62762010000100009&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- Botello, H. A. (2014). Condiciones y determinantes de la internacionalización de las empresas industriales latinoamericanas. *Apuntes*, 41(75), 47-78. Recuperado de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0252-18652014000200002&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0252-18652014000200002&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Botello Peñaloza, H. A. (2016). Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas. *Suma de Negocios*, 7(16), 73-81. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.009>
- Flor Peris, M. L., & Oltra Mestre, M. J. (2010). LA ESTRATEGIA EXPORTADORA DE LA EMPRESA Y SU RELACIÓN CON EL RESULTADO INTERNACIONAL. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(1), 15-29. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60001-X](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60001-X)
- Díaz-Ariza, D. M., García-Castiblanco, C. P., Pinzón Muñoz, C. A., Díaz-Ariza, D. M., García-Castiblanco, C. P., & Pinzón Muñoz, C. A. (2019). GOVERNMENT PROGRAMS FOR BUSINESS INTERNATIONALIZATION: A REFLECTION UPON THE CASE OF THE COSMETICS AND TOILETRIES SECTOR IN BOGOTA. *Innovar*, 29(71), 69-78. <https://doi.org/10.15446/innovar.v29n71.76396>
- Díaz, H. O., & Ríos Millán, A. M. (2011). Liderazgo, la competencia esencial que transformó una empresa colombiana en un gigante internacional: El caso de Cementos Argos. *Estudios Gerenciales*, 27(121), 39-58. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(11\)70180-2](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(11)70180-2)
- Escandón Barbosa, D. M., & Hurtado Ayala, A. (2014). Los determinantes de la orientación exportadora y los resultados en las pymes exportadoras en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(133), 430-440. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.05.002>
- Estrella Ramón, A. M., David, J. C., José Luis, R. R., & Manuel, S. P. (2012). ¿CÓMO COMPITEN LAS PYMES EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES? ANÁLISIS DE UN CLÚSTER LOCAL CON VOCACIÓN EXPORTADORA. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(1), 87-99. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60062-8](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60062-8)



- Franco-Arroyave, C., Martins-Cheze, A., Siegel, E., & Díaz Vásquez, J. C. (2014). Internationalization strategies of a Multilatina in the service sector: Avianca-Taca holdings S.A. case study. *AD-minister*, (25), 79-96. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1692-02792014000200004&lng=en&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1692-02792014000200004&lng=en&nrm=iso&tlng=en)
- García, A. N., González, F. J. A., Pérez, F. L., & Sanmartín, E. R. (2012). EFECTOS DE LA PROACTIVIDAD EXPORTADORA Y LA ORIENTACIÓN AL MERCADO EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 16(1), 113-133. [https://doi.org/10.1016/S1138-1442\(14\)60011-5](https://doi.org/10.1016/S1138-1442(14)60011-5)
- Graterol-López, H., & Sigala-Paparella, L. E. (2014). Empresas de internacionalización acelerada: Estudio de casos en Venezuela. *Estudios Gerenciales*, 30(133), 461-468. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.06.005>
- Hoyos-Villa, O. A., & Hoyos-Villa, O. A. (2019). Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero. *Entramado*, 15(2), 78-103. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.5597>
- Martorell Cunill, O., & Mulet Forteza, C. (2010). LA ELECCIÓN DEL MODO DE ENTRADA EN UN MERCADO INTERNACIONAL. EL CASO DE LAS CADENAS HOTELERAS DE BALEARES EN LA REGIÓN DEL CARIBE Y EL GOLFO DE MÉXICO. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(3), 53-67. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60034-3](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60034-3)
- Medina, M., Sánchez-Tabernero, A., Larrainzar, A., Medina, M., Sánchez-Tabernero, A., & Larrainzar, A. (2020). Growth Strategies of Media Companies: Efficiency Analysis. *Palabra Clave*, 23(1), 1-38. <https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.1.7>
- Moreno, B., Muñoz, M., Cuellar, J., Domancic, S., Villanueva, J., Moreno, B., ... Villanueva, J. (2018). Revisiones Sistemáticas: Definición y nociones básicas. *Revista clínica de periodoncia, implantología y rehabilitación oral*, 11(3), 184-186. <https://doi.org/10.4067/S0719-01072018000300184>
- Moreno López, A., & Torres, J. E. (2017). La expansión internacional de la firma: Experiencia de una pyme del sector tecnológico de Argentina. *Estudios Gerenciales*, 33(144), 240-249. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.08.001>

- Navarro-García, A., Rondán-Cataluña, F. J., & Rodríguez-Rad, C. J. (2014). Análisis clúster en las franquicias españolas internacionalizadas. Identificación mediante segmentación de clases latentes. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 23(2), 51-60. <https://doi.org/10.1016/j.redde.2013.01.001>
- Ochoa Díaz, H., Ríos Millán, A. M., & Solano Castillo, N. (2011). LA INNOVACIÓN COMO COMPETENCIA CENTRAL EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS FIRMAS LATINOAMERICANAS: EL PROCESO DE BICO INTERNACIONAL, EMPRESA DEL GRUPO CARVAJAL S.A. *Estudios Gerenciales*, 27(119), 13-32. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0123-59232011000200002&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0123-59232011000200002&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- Ochoa-Díaz, H., Correa-Lenis, J. M., Atehortúa-Rizo, A., Ochoa-Díaz, H., Correa-Lenis, J. M., & Atehortúa-Rizo, A. (2017). Internationalization process in the pharmaceutical sector: The case of the Colombian company Tecnoquímicas. *Estudios Gerenciales*, 33(145), 421-437. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.10.002>
- Ojeda, R., Perea, M., Puerto, A., Ojeda, R., Perea, M., & Puerto, A. (2018). ESTRATEGIA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE MARCA PAÍS EN COLOMBIA: RECORRIDO HISTÓRICO, ENFOQUES Y TEORÍAS. *Revista Chakíñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (4), 78-94. Recuperado de [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S2550-67222018000300078&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2550-67222018000300078&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Poblete, C., & Amorós, J. E. (2013). Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: El Caso de Chile. *Journal of technology management & innovation*, 8(1), 97-106. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242013000100010>
- Restrepo Morales, J. A., & Vanegas López, J. G. (2015). Internacionalización de las pymes: Análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa. *Contaduría y Administración*, 60(4), 836-863. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.07.008>
- Santos Salazar, V., Araújo de Moraes, W. F., & Pereira Leite, Y. V. (2012). Proceso de internacionalización de servicios: Un estudio en una cadena de restaurantes del nordeste brasileño. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(4), 1035-1049. Recuperado de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1851-17322012000400013&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1851-17322012000400013&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- Sarmiento del Va, S. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. *Dimensión Empresarial*, 12(1), 11-138. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1692-85632014000100010&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1692-85632014000100010&lng=en&nrm=iso&tlng=es)

Spoehr, N., & Silveira, F. F. (2012). Estrategia internacional de una multinacional emergente brasileira: O caso JBS. *Revista de Administração de Empresas*, 52(3), 300-312. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902012000300003>

Tabares Arroyave, S. (2012). Revisión analítica de los procesos de Internacionalización de las PYMES. *Pensamiento & Gestión*, (33), 67-92. Recuperado de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1657-62762012000200004&lng=en&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1657-62762012000200004&lng=en&nrm=iso&tlng=pt)

## ANEXOS

### Anexo 01: Base de datos SCIELO y SCIEDIRECT.



Figura 1: Detalle de la Palabra clave utilizada en la base de datos SCIELO.

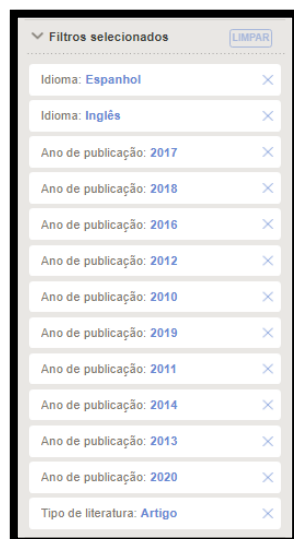


Figura 2: Filtros aplicados en la base de datos SCIELO.

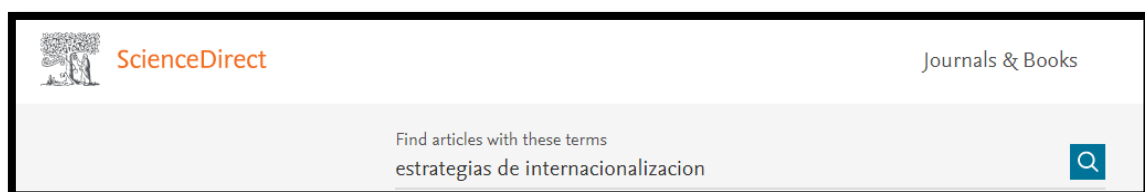


Figura 3: Detalle de la Palabra clave utilizada en la base de datos Sciencedirect.

¿Cuáles son las estrategias de internacionalización de las Pymes para la entrada a mercados latinoamericanos, en los últimos 10 años?, una revisión de la literatura científica.

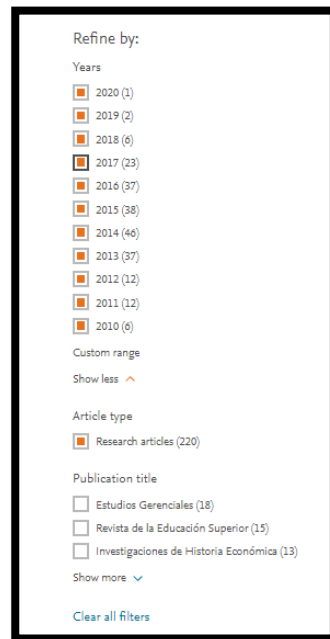


Figura 4: Filtros aplicados en la base de datos Scienedirect.

## Anexo 02: Gestor de Referencias bibliográficas ZOTERO

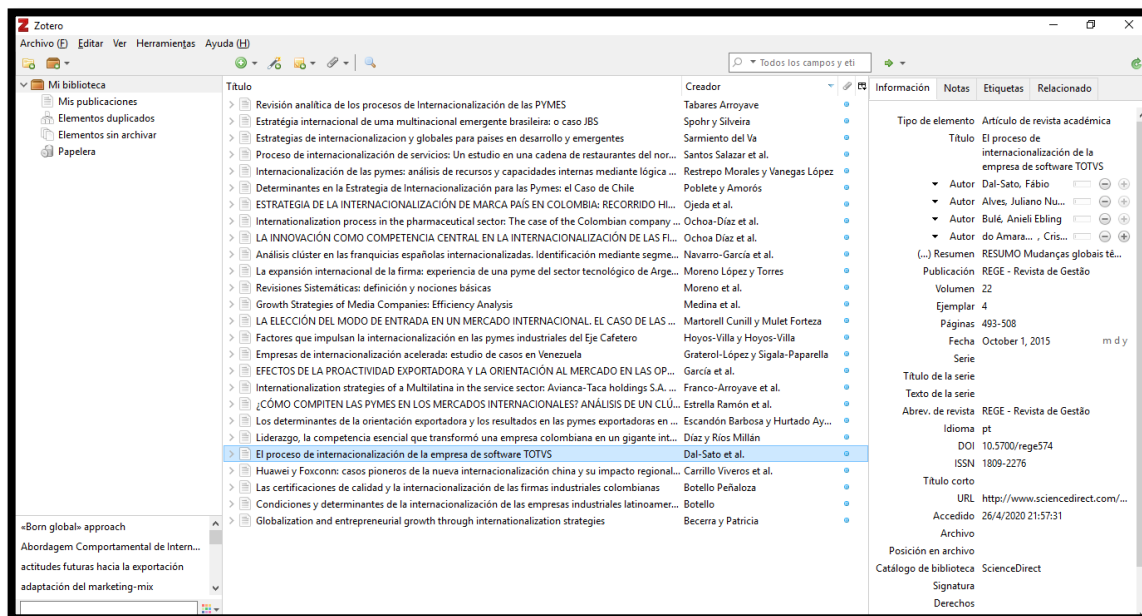


Figura 5: Extracción de los artículos en el Gestor de Referencias bibliográficas (ZOTERO).

### Anexo 03: Tabla con artículos extraídos de la base datos SCIELO.

**Tabla 6:**

*Tabla de artículos extraídos de la base de datos SCIELO*

TITULOS DE LOS ARTICULOS	AUTOR (ES)	VOLUME N/ EJEMPLAR []	PAGINAS	AÑO	URL
<b>La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización</b>	Doria Patricia Puerto Becerra	[28]	171-195	2010	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1657-62762010000100009&amp;lang=pt">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1657-62762010000100009&amp;lang=pt</a>
<b>Proceso de internacionalización de servicios. Un estudio en una cadena de restaurantes del nordeste brasileño</b>	Viviane Santos Salazar, Walter Fernando Araújo de Moraes y Yábara Vasconcelos Pereira Leite	21 [4]	1035-1049	2012	<a href="http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1851-17322012000400013&amp;lang=pt">http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1851-17322012000400013&amp;lang=pt</a>
<b>Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile</b>	Carlos Poblete; J.E. Amorós	8 [1]	97-106	2013	<a href="https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0718-27242013000100010">https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0718-27242013000100010</a>

<b>Revisión analítica de los procesos de Internacionalización de las PYMES</b>	Sabrina Tabares Arroyave	[33]	67-92	2012	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200004&amp;script=sci_arttext&amp;tlng=pt">http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200004&amp;script=sci_arttext&amp;tlng=pt</a>
<b>Estrategia internacional de una multinacional brasileña emergente: el caso JBS</b>	Nicole Spohr, Franciane Freitas Silveira	52 [3]	300-312	2012	<a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S07590201200030003&amp;lang=pt">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S07590201200030003&amp;lang=pt</a>
<b>ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION Y GLOBALES PARA PAISES EN DESARROLLO Y EMERGENTES</b>	Santiago Sarmiento del Valle	12 [1]	11-138	2014	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1692-85632014000100010&amp;lang=pt">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1692-85632014000100010&amp;lang=pt</a>
<b>Condiciones y determinantes de la internacionalización de las empresas industriales latinoamericanas</b>	Héctor Alberto Botello	41 [75]	47-78	2014	<a href="http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S0252-18652014000200002&amp;script=sci_arttext">http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S0252-18652014000200002&amp;script=sci_arttext</a>
<b>LA INNOVACIÓN COMO COMPETENCIA CENTRAL EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS FIRMAS LATINOAMERICANAS: EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA DEL</b>	HÉCTOR OCHOA DÍAZ, ANA MARÍA RÍOS MILLÁN, NATALIA SOLANO	27 [119]	13-32	2011	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0123-59232011000200002&amp;lang=pt">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0123-59232011000200002&amp;lang=pt</a>

GRUPO	CASTILLO				
<b>CARVAJAL S.A.1</b>					
<b>Internationalization strategies of a Multilatina in the service sector: Avianca-Taca holdings S.A. case study</b>	Carolina Franco-Arroyave, Alexis Martins-Cheze, Eyal Siegel Juan Carlos Díaz Vásquez	[25]	79-96	2014	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1692-02792014000200004">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1692-02792014000200004</a>
<b>Proceso de internacionalización en el sector farmacéutico: el caso de la empresa colombiana Tecnoquímicas*</b>	Hector Ochoa Díaz, Juan Manuel Correa-Lenis, Alexander Atehortua- Rizo	33 [145]	421 - 437	2017	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0123-59232017000400421&amp;lang=pt">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0123-59232017000400421&amp;lang=pt</a>
<b>Programas gubernamentales para la internacionalización de las empresas: una reflexión desde el caso del sector de cosméticos y productos de aseo en Bogotá</b>	Diana Marcella Diaz, Claudia Paola Garcia, Carlos Andrés Pizón Muñoz	29 [71]	69-78	2019	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0121-50512019000100069&amp;lang=es">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0121-50512019000100069&amp;lang=es</a>
<b>ESTRATEGIA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE MARCA PAÍS EN COLOMBIA: RECORRIDO HISTÓRICO,</b>	Roberto Ojeda, Mónica Perea, Angie Puerto	[4]	78 - 94	2018	<a href="http://scielo.senecyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S2550-67222018000300078&amp;lang=pt">http://scielo.senecyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S2550-67222018000300078&amp;lang=pt</a>



## ENFOQUES Y TEORÍAS.

<b>Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero</b>	Oscar Alberto Hoyos-Villa	15 [2]	78 - 103	2019	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1900-38032019000200078&amp;lang=es">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1900-38032019000200078&amp;lang=es</a>
<b>Growth Strategies of Media Companies: Efficiency Analysis</b>	Mercedes Medina, Alfonso Sanchez Taberner, Arturo Larrainzar	23 [1]	0-38	2020	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0122-82852020000100007&amp;lang=pt">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0122-82852020000100007&amp;lang=pt</a>

En esta tabla se muestran los 14 artículos finales extraídos seleccionados de la base de datos SCIELO, se ordenaron conforme a 6 criterios, Títulos de los artículos, Autor (es), Volumen/Ejemplar, Páginas, Año, URL.

### Anexo 04: Tabla con artículos extraídos de la base datos SCIENCE DIRECT.

#### Tabla 7

*Tabla de artículos extraídos de la base de datos SCIENCE DIRECT.*

TÍTULOS DE LOS ARTÍCULOS	AUTOR (ES)	VOLUMEN/ EJEMPLAR []	PAGINAS	AÑO	URL
--------------------------	------------	----------------------------	---------	-----	-----

LA ELECCIÓN DEL MODO DE ENTRADA EN UN MERCADO INTERNACIONAL. EL CASO DE LAS CADENAS HOTELERAS DE BALEARES EN LA REGIÓN DEL CARIBE Y EL GOLFO DE MÉXICO	Martorell Cunill, O Mulet Forteza, C	16 [3]	53-67	2010	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312600343">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312600343</a>
LIDERAZGO, LA COMPETENCIA ESENCIAL QUE TRANSFORMA UNA EMPRESA COLOMBIANA EN UN GIGANTE INTERNACIONAL : EL CASO DE CEMENTOS ARGOS	Ana María Ríos Millán, Héctor Ochoa Díaz Ph.D.	27 [121]	39-58	2011	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592311701802">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592311701802</a>
¿CÓMO COMPITEN LAS PYMES EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES? ANÁLISIS DE UN CLÚSTER LOCAL CON VOCACIÓN EXPORTADORA	Antonia M Estrella Ramón; Jiménez Castillo, David; Ruiz Real, José Luis; Sánchez Pérez, Manuel	18[1]	87-99	2012	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312600628#!">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312600628#!</a>
Análisis clúster en las franquicias españolas internacionalizadas. Identificación mediante segmentación de clases latentes	Carlos J. Rodríguez-Rad, F. Javier Rondán-Cataluña, Antonio Navarro-García	23 [2]	51-60	2013	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1019683813000607">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1019683813000607</a>

Empresas de internacionalización acelerada: estudio de casos en Venezuela	Hortencia Graterol-Lopez, Luis Eduardo Sigalla-Paparella	30 [133]	461-468	2014	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001545">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001545</a>
Los determinantes de la orientación exportadora y los resultados en las pymes exportadoras en Colombia	Diana Marcella Escadón Barbosa, Andrea Hurtado Ayala	30 [133]	430-440	2014	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001326">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001326</a>
Internacionalización de las pymes: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa	Jorge Anibal Restrepo Morales, Juan Gabriel Vanegas Lopez	60 [4]	836-863	2015	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000315">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000315</a>
LA ESTRATEGIA EXPORTADORA DE LA EMPRESA Y SU RELACIÓN CON EL RESULTADO INTERNACIONAL	Flor Peris, M.J. Oltra Mestre	16 [1]	15-29	2010	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S113525231260001X">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S113525231260001X</a>
Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas	Héctor Alberto Botello Peñaloza	7 [16]	73-81	2016	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X16300155">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X16300155</a>
EFFECTOS DE LA PROACTIVIDAD EXPORTADORA Y LA ORIENTACIÓN AL MERCADO EN LAS OPERACIONES	Antonio Navarro García y Francisco J. Acedo González; Fernando Losada Pérez y Emilio	16 [1]	113-133	2012	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138144214600115">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138144214600115</a>

DE COMERCIO Ruzo  
EXTERIOR Sanmartín

La expansión internacional de la firma: experiencia de una pyme del sector tecnológico de Argentina	Alejandra Moreno López, Juan Emilio Torres	33 [144]	240-249	2017	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592317300529">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592317300529</a>
---	--	----------	---------	------	---

En esta tabla se muestran los 11 artículos finales extraídos seleccionados de la base de datos SCIEDIRECT, se ordenaron conforme a 6 criterios, Títulos de los artículos, Autor (es), Volumen/Ejemplar, Paginas, Año, URL.

**Anexo 05: Tabla con los 25 artículos extraídos de la base datos SCIEDIRECT Y SCIELO incluyendo país e idioma.**

**Tabla 8**

*Tabla con el total de artículos extraídos de las bases de datos SCIEDIRECT Y SCIELO.*

TITULOS DE LOS ARTICULOS	AUTOR (ES)	VOLUMEN/ EJEMPLAR []	PAGINAS	AÑO	URL	Base de datos	País	Idioma
La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización	Doria Patricia Puerto Becerra	[28]	171-195	2010	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1657-62762010000100">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1657-62762010000100</a>	Scielo	Colombia	Español

[009&lang=pt](#)

Proceso de internacionalización de servicios. Un estudio en una cadena de restaurantes del nordeste brasileño	Viviane Santos Salazar, Walter Fernando Araújo de Moraes y Yákara Vasconcelos Pereira Leite	21 [4]	1035-1049	2012	<a href="http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1851-17322012000400013&amp;lang=pt">http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1851-17322012000400013&amp;lang=pt</a>	SciELO	Brasil	Español
Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile	Carlos Poblete; J.E. Amorós	8 [1]	97-106	2013	<a href="https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0718-27242013000100010">https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0718-27242013000100010</a>	SciELO	Chile	Español
Revisión analítica de los procesos de Internacionalización de las PYMES	Sabrina Tabares Arroyave	[33]	67-92	2012	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200004&amp;script=sci_arttext&amp;lang=pt">http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000200004&amp;script=sci_arttext&amp;lang=pt</a>	SciELO	Colombia	Español
Estrategia internacional de una multinacional brasileña	Nicole Spohr, Franciane Freitas Silveira	52 [3]	300-312	2012	<a href="http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S00">http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S00</a>	SciELO	Brasil	Español

emergente:  
el caso JBS

[34-7590201200030003&language=pt](#)

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION Y GLOBALES PARA PAISES EN DESARROLLO Y EMERGENTES	Santiago Sarmiento del Valle	12 [1]	11-138	2014	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1692-85632014000100010&amp;language=pt">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1692-85632014000100010&amp;language=pt</a>	Scielo	Colombia	Español
Condiciones y determinantes de la internacionalización de las empresas industriales latinoamericanas	Héctor Alberto Botello	41 [75]	47-78	2014	<a href="http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S0252-1865201400020002&amp;script=sci_arttext">http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S0252-1865201400020002&amp;script=sci_arttext</a>	Scielo	Colombia	Español
LA INNOVACIÓN COMO COMPETENCIA CENTRAL EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS FIRMAS LATINOAMERICANAS: EL PROCESO DE BICOMERCIALIZACION INTERNACIONAL	HÉCTOR OCHOA DÍAZ, ANA MARÍA RÍOS MILLÁN 2, NATALIA SOLANO CASTILLO	27 [119]	13-32	2011	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0123-5923201100020002&amp;language=pt">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0123-5923201100020002&amp;language=pt</a>	Scielo	Colombia	Español

IONAL,  
EMPRESA  
DEL  
GRUPO  
CARVAJAL  
S.A.1

Internationalization strategies of a Multilatina in the service sector: Avianca-Taca holdings S.A. case study	Carolina Franco-Arroyave, Alexis Martins-Cheze, Eyal Siegel Juan Carlos Díaz Vásquez	[25]	79-96	2014	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1692-0279201400020004">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1692-0279201400020004</a>	Scielo	Colombia	Inglés
Proceso de internacionalización en el sector farmacéutico: el caso de la empresa colombiana Tecnoquímicas*	Hector Ochoa Díaz, Juan Manuel Correa-Lenis, Alexander Atehortua - Rizo	33 [145]	421 - 437	2017	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0123-59232017000400421&amp;lang=pt">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0123-59232017000400421&amp;lang=pt</a>	Scielo	Colombia	Español
Programas gubernamentales para la internacionalización de las empresas: una reflexión desde el caso del sector de cosméticos y	Diana Marcella Diaz, Claudia Paola Garcia, Carlos Andrés Pizón Muñoz	29 [71]	69-78	2019	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0121-50512019000100069&amp;lang=es">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0121-50512019000100069&amp;lang=es</a>	Scielo	Colombia	Español

productos de  
aseo en  
Bogotá

ESTRATEGIA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE MARCA PAÍS EN COLOMBIA: RECORRIDO HISTÓRICO, ENFOQUES Y TEORÍAS.	Roberto Ojeda, Mónica Perea, Angie Puerto	[4]	78 - 94	2018	<a href="http://scielo.senecyt.gob.ec/scielo.php?script=arttext&amp;pid=S2550-67222018000300078&amp;lang=pt">http://scielo.senecyt.gob.ec/scielo.php?script=arttext&amp;pid=S2550-67222018000300078&amp;lang=pt</a>	Scielo	Colombia	Español
Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero	Oscar Alberto Hoyos-Villa	15 [2]	78 - 103	2019	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=arttext&amp;pid=S1900-38032019000200078&amp;lang=es">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=arttext&amp;pid=S1900-38032019000200078&amp;lang=es</a>	scielo	Colombia	Español
Growth Strategies of Media Companies: Efficiency Analysis	Mercedes Medina, Alfonso Sanchez - Taberno, Arturo Larrainzar	23 [1]	0-38	2020	<a href="http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=arttext&amp;pid=S0122-8285202000010007&amp;lang=pt">http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=arttext&amp;pid=S0122-8285202000010007&amp;lang=pt</a>	scielo	España	Ingles



LA ELECCIÓN DEL MODO DE ENTRADA EN UN MERCADO INTERNAC IONAL. EL CASO DE LAS CADENAS HOTELER AS DE BALEARES EN LA REGIÓN DEL CARIBE Y EL GOLFO DE MÉXICO	Martorell Cunill, O Mulet Forteza, C	16 [3]	53-67	2010	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312600343">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312600343</a>	Science direct	Mexico	Español
LIDERAZG O, LA COMPETE NCIA ESENCIAL QUE TRANSFOR MO UNA EMPRESA COLOMBI ANA EN UN GIGANTE INTERNAC IONAL: EL CASO DE CEMENTO S ARGOS	Ana María Ríos Millán, Héctor Ochoa Díaz Ph.D.	27 [121]	39-58	2011	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592311701802">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592311701802</a>	Science direct	Colombia	Español

¿CÓMO COMPITEN LAS PYMES EN LOS MERCADO S INTERNAC IONALES? ANÁLISIS DE UN CLÚSTER LOCAL CON VOCACIÓ N EXPORTA DORA	Antonia M Estrella Ramón; Jiménez Castillo, David; Ruiz Real, José Luis; Sánchez Pérez, Manuel	18[1]	87-99	2012	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312600628#!">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312600628#!</a>	Science direct	España	Español
Análisis clúster en las franquicias españolas internacional izadas. Identificació n mediante segmentació n de clases latentes	Carlos J. Rodríguez- Rad, F. Javier Rondán- Cataluña, Antonio Navarro- García	23 [2]	51-60	2013	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1019683813000607">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1019683813000607</a>	Science direct	España	Español
Empresas de internacional ización acelerada: estudio de casos en Venezuela	Hortencia Graterol- Lopez, Luis Eduardo Sigalla- Paparella	30 [133]	461-468	2014	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001545">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001545</a>	Science direct	Venezuela	Español
Los determinante s de la orientación exportadora y los resultados en las pymes exportadoras en Colombia	Diana Marcella Escadón Barbosa, Andrea Hurtado Ayala	30 [133]	430-440	2014	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001326">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001326</a>	Science direct	Colombia	Español

Internacionalización de las pymes: análisis de recursos y capacidades internas mediante lógica difusa	Jorge Anibal Restrepo Morales, Juan Gabriel Vanegas Lopez	60 [4]	836-863	2015	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000315">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215000315</a>	Science direct	Colombia	Español
LA ESTRATEGIA EXPORTADORA DE LA EMPRESA Y SU RELACIÓN CON EL RESULTADO INTERNACIONAL	Flor Peris, M.J. Oltra Mestre	16 [1]	15-29	2010	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S113525231260001X">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S113525231260001X</a>	Science direct	España	Español
Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas	Héctor Alberto Botello Peñaloza	7 [16]	73-81	2016	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X16300155">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X16300155</a>	Science direct	Colombia	Español
EFFECTOS DE LA PROACTIVIDAD EXPORTADORA Y LA ORIENTACIÓN AL MERCADO EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO	Antonio Navarro García y Francisco J. Acedo González; Fernando Losada Pérez y Emilio Ruzo Sanmartín	16 [1]	113-133	2012	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138144214600115">https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138144214600115</a>	Science direct	España	Español

O  
EXTERIOR

La expansión internacional de la firma: experiencia de una pyme del sector tecnológico de Argentina	Alejandra Moreno López, Juan Emilio Torres	33 [144]	240-249	2017	<a href="https://www.sciencedirect.com/science/pii/S0123592317300529">https://www.sciencedirect.com/science/pii/S0123592317300529</a>	Science direct	Argentina	Español
---	--	----------	---------	------	---	----------------	-----------	---------

---

En esta tabla se muestran los 25 artículos finales extraídos seleccionados de la base de datos SCIELO Y SCIEDIRECT, se ordenaron conforme a 9 criterios, Títulos de los artículos, autor (es), Volumen/Ejemplar, Paginas, Año, URL, Base de datos, País, Idioma.