

**INFORME de ADSCRIPCIÓN- Año 2019  
 (Investigadores en formación)**

Adscripto:	Lic. HEREDIA, JUAN LUIS
Director:	Guarrochena de Arjol, Marina
Co-director:	Marturet, Florencia Lia
Unidad Académica:	Facultad de Ciencias Económicas
Área temática:	Gestión de Organizaciones-Internacionalización "Internacionalización y Redes de Cooperación empresarial: Aglomerados productivos en la región transfronteriza de Misiones. Código 16/E 185
Categoría Adscripto:	Graduado
Periodo de Adscripción:	2017-2019

**1. Exposición sintética de la labor desarrollada**

**TEMA DESARROLLADO**

Las tareas de investigación desarrolladas fueron el análisis de fundamentos de la internacionalización y redes empresariales para evaluar los conceptos relacionales de los antecedentes de la producción del proyecto, orientados al análisis del exploratorio de empresas en las redes estratégicas como vehículo de la cooperación internacional.

**1. Fundamentación de Internacionalización y Redes empresariales**

- 1.1. Revisión de antecedentes del proyecto y exploración material bibliográfico
- 1.2. Delimitación de los criterios de acuerdo a los datos de la base de datos del exploratorio
- 1.3. Sistematización de la información
- 1.4. Análisis

**1. Fundamentos teóricos Internacionalización y su relación con las Redes empresariales**

**Enfoques Estratégicos de la Internacionalización de empresas**

El objeto de estudio son las estrategias de internacionalización de la empresa, desde la ciencia de la economía de la empresa, estableciendo la disciplina científica de la dirección estratégica, donde la empresa es nuestra unidad de análisis vinculada al objeto de estudio. En el contexto de la globalización se están modificando las relaciones entre los clientes, los proveedores y las administraciones y sus modos de hacer, sus decisiones. Ante ello, las estrategias potenciales de cada empresa se diversifica y la gestión empresarial internacional posibilita comportamientos y actuaciones específicas a cada organización, haciendo más compleja su caracterización y generando un altísimo grado de heterogeneidad entre las empresas, en general, y entre las empresas internacionales, en particular.

La estrategia internacional hace referencia a los procesos estratégicos de las empresas en un conjunto de decisiones y operaciones estratégicas y desarrollan una respuesta organizativa adecuada a sus recursos que implicará el traspaso de las fronteras nacionales (Rialp y Rialp, 2005; Pla y León, 2004).

La internacionalización presenta los rasgos propios de un proceso evolutivo debido al carácter especializado de las capacidades requeridas y el nivel de incertidumbre del entorno; como complejo y dinámico, es decir, dependiente del tiempo (de largo plazo) según el nivel de compromiso adquirido por la empresa y los factores que la condicionan en los mercados internacionales (Alonso 2005; Rialp y Rialp, 2005). En línea a lo expresado por Johanson y Vahlne (1977) “que implica un creciente compromiso de recursos humanos y financieros en los mercados extranjeros, por parte de la empresa”.

La internacionalización empresarial requiere de capacidades especializadas, que sólo de forma parcial se pueden adquirir en el mercado nacional, siendo un factor relevante el nivel de compromiso directamente asumido por el directivo con la proyección internacional de la empresa (Alonso, 2005)

Este proceso evolutivo y dinámico de compromiso e implicación creciente de la empresa internacional se fundamenta en un proceso de aprendizaje gradual y, en particular, de la experiencia previamente acumulada en la empresa (Rialp y Rialp, 2005) y determinante del compromiso, que permite aumentar el conocimiento necesario en la empresa para afrontar la internacionalización.

En este aspecto las relaciones de las empresas son rescatadas por la literatura. La internacionalización empresarial “recogería todo aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales” (Rialp, 1997). Asimismo, Alonso (2005) señala que la internacionalización requiere de capacidades especializadas, asociadas al conocimiento de los mercados exteriores, de las redes empresariales existentes en ellos y de la operativa de negocios derivada.

Las Teorías de la Estrategia Internacional de naturaleza empresarial, pretende determinar cómo y de qué manera las empresas se involucran en actividades internacionales; centrada en identificar los motivos y las estrategias de internacionalización de la empresa, en sus capacidades y los tipos de interacción que establece con su entorno exterior.

Desde una perspectiva dinámica, existen diferentes modelos/ enfoques<sup>1</sup>. Este estudio nos conduce al enfoque de Redes (Johanson y Vahlne, 1990; Johanson y Mattson, 1988; Anderson et al., 1994; Chetty y Blankenburg, 2000) que orienta la empresa como parte de una red de negocios y la relación con otras firmas, conforme la empresa se internacionaliza aumenta el número de actores con los que tiene que interactuar, en vínculos con clientes, proveedores, competidores e instituciones.

Johanson y Mattson (1988) destacan que este enfoque enfatiza la necesidad de aprender de las interacciones con otras empresas, a los que señala como actores en una red social de negocios-business network<sup>2</sup>, y contempla la posibilidad de externalizar algunas actividades, lo que supone la gestión de estrategias de internacionalización. Los entornos de red son conceptualizados como redes inter organizacionales (clientes, distribuidores, proveedores, competidores, entidades gubernamentales) e

<sup>1</sup> Los modelos/ enfoques gradualistas o de procesos, como el modelo de Uppsala (Johanson y Vahlne, 1977, 1990) y el enfoque de innovación (Cavusgil, 1982; Lim et al., 1991) conciben a la internacionalización de la empresa como un proceso gradual de aprendizaje, en cuanto la empresa adquiere mayor compromiso internacional, basado en la acumulación de conocimiento, nivel de experiencia y de recursos comprometidos. Estos enfoques son de aplicación para la empresa de menor dimensión y han sido criticados por no profundizar en los factores que influyen en el proceso y en las barreras del cambio organizacional (Galván, 2003; Villarreal, 2006).

<sup>2</sup> La red social de negocios es considerada por Anderson et al. (1994) como un conjunto de relaciones de negocios conectadas entre empresas, consideradas como actores colectivos.

interpersonales del propio empresario directivo (Rialp y Rialp, 2005), con relaciones directas e indirectas, formales e informales (Chetty y Blankenburg, 2000). La inclusión de factores relacionados con las relaciones inter organizacionales y las redes empresariales facilitan el acceso al conocimiento necesario para fortalecer el proceso de internacionalización.

El enfoque en red (Johanson y Mattsson, 1988) considera la internacionalización de las empresas como un proceso interactivo, entre las ventajas competitivas de la empresa, y aquéllas pertenecientes al resto de los miembros de la red en la que la empresa está inmersa y, también, entre el conjunto de estas ventajas y las ventajas de localización de los países. Rialp y Rialp (2005) evalúa este enfoque de red internacional en la creación y el uso de las redes de relaciones de colaboración de la propia empresa y/o de sus propietarios-directivos durante su internacionalización; como tal centra el análisis de redes internacionales desde las teorías del intercambio social (Cook & Emerson, 1978) de la dependencia de recursos (Pfeffer y Salancik, 1977) y del enfoque general de redes sociales (networks). En este sentido, el enfoque de internacionalización incorpora una perspectiva organizativa-directiva. Se asume que la empresa requiere recursos crecientes que pueden estar en manos de otras organizaciones y pueden ser aprovechados y optimizados a través de las redes (Chetty y Blankenburg, 2000); y que incrementa el nivel de recursos y conocimientos a medida que el número de empresas en la red crece (Andersen y Kheam, 1998).

De acuerdo con estudios de Hilal y Hemal (2003), basado en la teoría de las redes sugieren que el grado de internacionalización de una empresa refleja no sólo los recursos asignados en el extranjero, sino también el grado de internacionalización de la red en la que está inserta, es decir, la red de relaciones es un factor relevante para el proceso de internacionalización de las empresas y es la clave para la creación de valor de los elementos de la red y traspasar las barreras de escala (En Guarrochena y Marturet, 2018). Johanson y Kao (2010) señalan que las relaciones establecidas entre los actores pueden ser sociales o empresariales, o ambas cosas. En lugar de atenerse a los hechos económicos para explicar la internacionalización de la empresa, se centra en enlaces cognitivas y sociales que se forman entre los actores que mantienen relaciones comerciales (En Guarrochena y Marturet, 2018).

### **Enfoques Estratégicos de las Redes empresariales**

Mientras el enfoque de relaciones inter organizacionales<sup>3</sup>, está basado en las competencias de las teorías de la empresa (Scott et al., 2008), donde las relaciones crean una ventaja competitiva a través de la configuración y la mejora del desempeño organizacional. Y la cooperación y la competencia entre empresas (Bengtsson et al, 2010) requieren diferentes dinámicas de relación: por un lado, la cooperación surge del entendimiento mutuo entre las organizaciones, y el intercambio de recursos y nuevos conocimientos (En Guarrochena et al., 2019).

En la teoría de recursos y capacidades (Barney, 1991, 2001; Grant, 1991, 2004; Prahalad y Hamel, 1994) la organización se concibe como un conjunto de recursos, tangibles e intangibles, de mayor o menor

<sup>3</sup> En estas redes, según Luna y Velasco (2009) se diferencian los sistemas asociativos menos complejos, como serían las asociaciones empresariales o gremiales a las más complejas como clúster y cadena de valor internacional (En Guarrochena y Marturet, 2018).

valor estratégico para la empresa. Estas son diferentes porque poseen dotaciones de recursos y capacidades distintas (heterogeneidad de recursos y capacidades). La estrategia empresarial debe promover el uso más eficaz posible de estos recursos y capacidades de la organización, llevándola a alcanzar un equilibrio dinámico entre explotación y desarrollo de sus recursos interno-externo; asumiendo la heterogeneidad de los recursos entre las empresas y la racionalidad limitada de los decisores propietarios-directivos<sup>4</sup> (En Villarreal, 2006). Esta teoría destaca la importancia estratégica de algunos recursos en los mercados de exportación (Montreal y Geldres, 2020).

Sin embargo, el enfoque de Redes Sociales como sistemas asociativos complejos (González Campo, 2010); permite observar toda la red (estructura) y examinar dónde existen vínculos presentes y ausentes entre organizaciones y el grado en que estas trabajan entre sí para lograr un objetivo común (Provan y Lemaire, 2012). Este enfoque analiza la estructura y dinámica de las redes empresariales y organizacionales y sus interacciones de doble vía, y sirven como canales a través de los cuales fluye la información, el conocimiento y los recursos (En Guarrochena et al., 2019, 2018).

Granovetter (1985) describió los intercambios económicos como incrustados en las redes sociales para explicar la acción económica. En esa línea los trabajos empíricos se han centrado en los beneficios de rendimiento de los lazos integrados, que a menudo se asocian con relaciones comerciales más estrechas y exclusivas (Uzzi, 1997); donde las relaciones de mercado repetitivas y la vinculación de las relaciones sociales y comerciales generan lógicas de intercambio integradas que difieren de las que surgen en las relaciones de mercado tradicionales de plena competencia (En Borgatti y Foster, 2003).

La red es un concepto fundamentalmente vincular, no estructural (Trejo et al., 2014). El análisis de las redes sociales aborda los vínculos o enlaces que emergen del ámbito relacional, en las dimensiones de los actores y red-grupo, que tienen un poder explicativo más importante que los atributos individuales. Por ello (Borgatti y Foster, 2003) consideran que los niveles de análisis no se corresponden de manera simple con el tipo de entidades que se estudian; a diferencia en la investigación tradicional, normalmente se definen los niveles de análisis en términos del alcance y la complejidad de las entidades que se estudian.

Uno de los principales objetivos de una red empresarial, según González Campo (2010), es convertirse en una red de valor, específicamente, lograr un mayor valor agregado en sus productos y servicios, integrarse desde una red empresarial con relaciones con individuos, redes competitivas (relaciones con competidores directos) o redes cooperativas (clusters, alianzas tecnológicas) (En Guarrochena et al., 2019).

Por el propósito del estudio, con un enfoque local-internacional. Las estrategias de visión regional e internacional de las empresas y Aglomerado Productivo local se basan en el enfoque de redes sociales en la identificación de estructuras y relaciones de los actores y con otros. Integrando la teoría de recursos y capacidades, las relaciones inter organizacionales para enfatizar el análisis estratégico del entorno

<sup>4</sup> La ventaja competitiva sostenible de la empresa tiene su origen en los recursos y capacidades superiores de la empresa, que son específicos, históricos e idiosincrásicos (Villarreal, 2006).

interno-externo y la visión empresarial; y el enfoque de redes de la internacionalización orientadas sus estrategias en forma clara hacia los mercados externos.

Son dos aspectos a considerar: a) la etapa de análisis de recursos y capacidades involucra un análisis descriptivo de las relaciones establecidas por las empresas; y b) el método para establecer las relaciones entre empresas y el Aglomerado productivo y los otros actores, de acuerdo a Borgatti y Foster (2003) y (Trejo et al., 2014).

## TAREAS DESARROLLADAS

1. Participación en los grupos y/o encuentros de discusión, lectura crítica y reflexión.
2. Búsqueda de material bibliográfico.
3. Colaboración en actividades de la Red Universitaria de Cooperación hacia la Integración Productiva Regional-Redin.  
 -Guarrochena de Arjol, M. y Marturet, F. L. (2019) Red Universitaria de Cooperación hacia la Integración Productiva Regional-Redin. Informe de Actividades Redin -Avance 2019. Posadas, Misiones: Universidad Nacional de Misiones. Facultad de Ciencias Económicas.
4. Participación en actividades, eventos científicos
5. Colaboración en redacción de Informes Técnicos

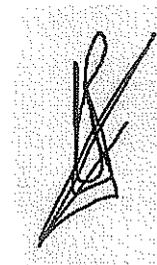
## 2. Bibliografía consultada

- Alonso, J. A. (2005) El proceso de internacionalización de la empresa: algunas sugerencias para la política de promoción. Claves de la Economía Mundial ICEX. n.1, p. 71-80
- Anderson, J. C., Hakansson, H. y Johanson, J. (1994) Dyadic business relationships within a business network context", *Journal of Marketing*, vol. 58, n. 4, octubre, p. 1-15
- Andersen, O. y Kheam L. S. (1998) Resource-based theory and international growth strategies: an exploratory study. *International Business Review*. vol. 7, n. 2. p. 163-184
- Bengtsson, M.; Eriksson, J.; Wincent, J. (2010) Co-opetition dynamics – an outline for further inquiry. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, vol. 20; n. 2. p. 194-214
- Borgatti, S. P. y Foster, P. C. (2003) The Network Paradigm in Organizational Research: A Review and Typology. *Journal of Management*. vol 29, n. 6. p. 991–1013
- Chetty, S. y Blankenburg, D. (2000): "Internationalisation of Small to Medium-sized Manufacturing Firms: a Network Approach", *International Business Review*, vol. 9, n. 1, pp. 77-93
- Galván Sanchez, I. (2003) La formación de la estrategia de selección de mercados exteriores en el proceso de internacionalización de las empresas. Tesis Doctoral Economía y Dirección de Empresas. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Gonzalez Campo, C. (2010). Interacción teórica para la caracterización de redes empresariales. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, vol. 20; n. 37. p.117-132
- Guarrochena de Arjol M.; Marturet F. (2018). Los aglomerados productivos en el contexto de la integración productiva del Mercosur regional. En Guarrochena de Arjol, M. (comp), *Perspectivas de la Integración Regional. Red Universitaria de Cooperación*. Posadas: EdUNaM. p. 43-81.
- Guarrochena de Arjol, M.; Marturet, F. y Storti, A. T. (2019) Las Redes externas en empresas de los Aglomerados Productivos. Anais e Actas do XXV Seminário Institucional de Iniciação Científica. XVII Seminário de Extensão. XXIII Seminário de Integração em Pesquisa e Pós-Graduação. Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões. Campus Santo Ângelo (URI). Santo Ângelo RS, Brasil: EdURI. p. 592- 598.
- Hilal, A., Hemais, C. (2003) O Processo de Internacionalização na Ótica da Escola Nórdica: Evidências Empíricas em Empresas Brasileiras. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, vol. 7, n. 1, p. 109-124
- Johanson, J. y Mattsson, L. G. (1988): "Internationalisation in Industrial Systems: A Network Approach", en Hood, N. y Vahlne, J. E. (eds.): *Strategies in Global Competition*, Croom-Helm, London, pp. 287-314

- Johanson, J. y Vahlne, J. E. (1977) The Internationalisation Process of the Firm- A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitment. *Journal of International Business Studies*. vol. 8, n. 1, p. 23-32
- Johanson, J. y Vahlne, J. E. (1990) The Mechanism of Internationalization. *International Marketing Review*. vol. 7, n. 4, p. 11-24
- Johanson M. y Kao P. T. (2010) Networks in internationalisation, in Pla-Barber, J. y Alegre, J. (ed.) *Reshaping the Boundaries of the Firm in an Era of Global Interdependence*. (Progress in International Business Research, Vol. 5) Emerald Group Publishing Limited, p.119 - 142
- Monreal-Pérez, J. y Geldres-Weiss, V. V. (2020) A configurational approach to the impact of trade fairs and trade missions on firm export activity. *Business Research Quarterly*. v. 23, n. p. 1-19
- Pla, J. y León, F. (2004): *Dirección de Empresas Internacionales*, Pearson Educación, Madrid.
- Rialp, A. (1997) *Las fases iniciales del proceso de internacionalización de las empresas industriales catalanas: una aproximación empírica*, Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona
- Rialp, A. y Rialp, J. (2005) *Las formas actuales de penetración y desarrollo de los mercados internacionales: Caracterización, marcos conceptuales y evidencia empírica en el caso español*. *Claves de la Economía Mundial ICEX*. n. 1, p. 99-108.
- Teja Gutiérrez, R. et al. (2014) *Redes y Análisis organizacional: Roles, posiciones y poder de fragmentación de las relaciones sociales y comerciales*. *Revista Global de Negocios*- v. 2, n. 1. p. 11-40
- Villarreal, O. (2007): *La Estrategia de Internacionalización de la Empresa. Un Estudio de Casos de Multinacionales Vascas*, Tesis Doctorado Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad del País Vasco, Bilbao.

### 3. Avance académico durante el período de adscripción

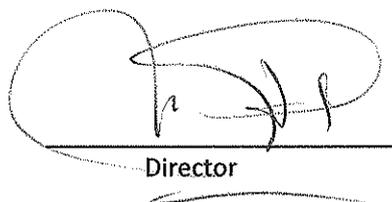
-Título de Lic. en Economía -Disposición CD N° 0010/19. Facultad de Ciencias Económicas. UNAM



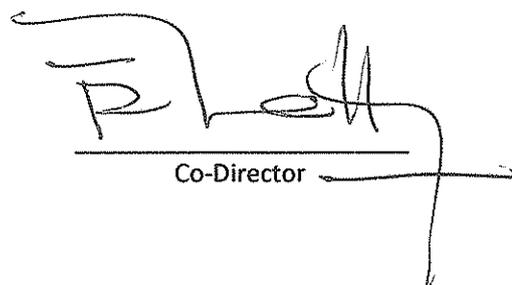
Juan Heredia  
Adscripto

#### Evaluación del Director y Co-director

Evaluación del becario:  SATISFACTORIO  NO SATISFACTORIO



Director



Co-Director



"2017 - Año de las Energías Renovables".



POSADAS, 24 de Mayo de 2017

**VISTO:** La Nota presentada por Secretaría de Ciencia y Tecnología, por la cual se eleva nuevo Proyecto de Investigación "Internacionalización y redes de cooperación empresarial: aglomerados productivos en la región transfronteriza de Misiones", y

**CONSIDERANDO:**

**QUE** el mencionado Proyecto tiene como objetivo general, analizar la dinámica de las empresas, especialmente pequeñas y medianas empresas del aglomerado productivo local, en el proceso de internacionalización y la construcción de redes externas de cooperación interempresarial, para caracterizar las actividades y servicios de apoyo de posicionamiento competitivo del aglomerado, como vehículo de la cooperación entre aglomerados productivos de la región de la Provincia de Misiones con Brasil;

**QUE** el mencionado Proyecto cuenta con dos evaluaciones positivas realizadas por Evaluadores Externos;

**QUE** la Comisión de Ciencia y Tecnología sugiere aprobar el proyecto presentado;

**QUE** el Consejo Directivo en la Tercera Sesión Ordinaria de fecha 17 de Mayo de 2017, aprobó por unanimidad el Proyecto presentado;

**POR ELLO**

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES  
RESUELVE**

**ARTICULO 1°.- APROBAR** el Proyecto de Investigación "Internacionalización y redes de cooperación empresarial: aglomerados productivos en la región transfronteriza de Misiones", que tiene dos evaluaciones positivas realizadas por Evaluadores Externos y cuenta con la participación de las siguientes personas: Directora: GUARROCHENA, Alba Marina; Co-Directora: MARTURET, Florencia Lia; Directora de Área Temática: STORIL, Adriana Troczinski y los investigadores: LÓPEZ, Miguel Ángel; SARJANOVICH, María Victoria; HEREDIA, Juan Luis y ÁLVAREZ, Nicolás.

**ARTICULO 2°.- ESTABLECER** que la memoria económica del Proyecto de Investigación aprobado en el Artículo precedente no genera obligación presupuestaria a la Facultad de Ciencias Económicas.

**ARTICULO 3°.- REGÍSTRESE, Comuníquese, Notifíquese, y Cumplido, ARCHÍVESE.**

mgp

**RESOLUCIÓN CD N° 056/17**