

La internacionalización de empresas latinoamericanas: un análisis de su evolución y perspectivas

The internationalization of Latin American companies: an analysis of its evolution and perspectives

Laura Olguin Villalobos 

RESUMEN

Este artículo analiza la internacionalización de empresas latinoamericanas, explorando su evolución histórica, los factores impulsores y las perspectivas que presenta. La internacionalización se ha convertido en una estrategia crucial para las empresas de la región, ya que buscan diversificar ingresos y competir en mercados internacionales. Se examinan las etapas clave del proceso de internacionalización y se destacan ejemplos exitosos de empresas latinoamericanas. A pesar de los desafíos, como la competencia global y las barreras regulatorias, la internacionalización ofrece oportunidades para el crecimiento y el desarrollo empresarial en América Latina. Se enfatiza la importancia de la planificación estratégica, la adaptación a condiciones cambiantes y la inversión en recursos humanos y tecnológicos.

Palabras clave: Internacionalización, Empresas Latinoamericanas, Estrategia Empresarial, Competencia Global.

ABSTRACT

This article analyzes the internationalization of Latin American companies, exploring its historical evolution, the driving factors and the perspectives it presents. Internationalization has become a crucial strategy for companies in the region, as they seek to diversify income and compete in international markets. Key stages of the internationalization process are examined and successful examples of Latin American companies are highlighted. Despite challenges, such as global competition and regulatory barriers, internationalization offers opportunities for business growth and development in Latin America. The importance of strategic planning, adaptation to changing conditions and investment in human and technological resources is emphasized.

Keywords: Internationalization, Latin American Companies, Business Strategy, Global Competition.

1. INTRODUCCIÓN

La internacionalización de empresas latinoamericanas ha emergido como un tema de creciente interés en el contexto económico global. En un mundo cada vez más interconectado, las empresas de América Latina han buscado expandir sus operaciones más allá de las fronteras nacionales para aprovechar oportunidades de mercado, diversificar sus fuentes de ingresos y enfrentar la competencia internacional. Esta tendencia hacia la internacionalización plantea interrogantes fundamentales sobre su evolución histórica, los factores que impulsan y las perspectivas que se presentan para las empresas latinoamericanas en el ámbito internacional.

El propósito de este ensayo es llevar a cabo un análisis exhaustivo de la internacionalización de las empresas latinoamericanas, rastreando su evolución a lo largo del tiempo, explorando los desafíos y las barreras que han enfrentado, y evaluando las estrategias exitosas que han adoptado. La internacionalización empresarial en América Latina no solo es relevante desde una perspectiva económica, sino que también tiene profundas implicaciones sociales y culturales. La expansión de las empresas de la región a nivel internacional influye en el empleo, el crecimiento económico y la competitividad tanto a nivel local como global. Por lo tanto, es imperativo comprender este fenómeno en su totalidad para abordar adecuadamente los desafíos y las oportunidades que presenta.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

En este artículo, se ha utilizado un enfoque de revisión documental para analizar la internacionalización de las empresas latinoamericanas. Se han recopilado y analizado datos de fuentes académicas, informes empresariales y estudios de casos de empresas latinoamericanas que han tenido éxito en su proceso de internacionalización.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Contexto de la internacionalización en América Latina

La internacionalización de empresas latinoamericanas es un fenómeno vinculado con el contexto económico, político y social de la región.(Ciravegna et al.,2016). Para comprender adecuadamente este proceso, es esencial trazar las raíces históricas y analizar las circunstancias económicas y políticas que han impulsado y, en algunos casos, obstaculizado la expansión de las empresas latinoamericanas en el escenario global.

Históricamente, América Latina ha sido una región caracterizada por su dependencia de la exportación de materias primas y recursos naturales, un patrón que se estableció durante la era colonial y persistió a lo largo de gran parte del siglo XX (Aguilera et al., 2017). Esta dependencia, aunque ha proporcionado importantes ingresos a la región, también ha dejado a las economías latinoamericanas vulnerables a las fluctuaciones en los precios de las materias primas en los mercados internacionales. (Finchelstein, 2017)

En este contexto, la internacionalización de las empresas se presenta como una estrategia para diversificar las fuentes de ingresos y reducir la exposición a los riesgos asociados con la dependencia de los recursos naturales. (Child et al., 2022)

La liberalización económica en las décadas de 1980 y 1990 en América Latina impulsó la internacionalización. Reformas como la apertura de mercados y la promoción de la inversión extranjera crearon un ambiente favorable para las empresas latinoamericanas en busca de oportunidades en el extranjero. La adhesión a acuerdos de libre comercio y la eliminación de barreras comerciales ampliaron el acceso a mercados internacionales. (Brenes,2009)

Además, la globalización de los mercados y los avances tecnológicos en comunicaciones y transporte han acortado las distancias y facilitado la expansión internacional. (Botello,2014) Las empresas latinoamericanas han aprovechado estas ventajas para buscar nuevos mercados, socios comerciales y oportunidades de inversión en todo el mundo.

Sin embargo, la internacionalización no ha estado exenta de desafíos. Factores como la inestabilidad política, la volatilidad económica, las barreras legales y las diferencias culturales han obstaculizado en ocasiones el proceso de expansión internacional. Estos desafíos han requerido una adaptación constante por parte de las empresas latinoamericanas y la implementación de estrategias específicas para abordarlos. (Silva et al., 2020).

3.2 Evolución de la internacionalización de empresas latinoamericanas

Factores que han impulsado la internacionalización de empresas en América Latina

La internacionalización de empresas en América Latina se ha convertido en un proceso fundamental para el desarrollo económico y empresarial de la región. Numerosos factores han actuado como impulsores clave de este fenómeno, permitiendo a las empresas latinoamericanas expandir sus operaciones más allá de las fronteras nacionales.

La combinación de estos factores ha impulsado significativamente la internacionalización de empresas latinoamericanas en las últimas décadas. A pesar de los desafíos que pueden surgir en el camino, este proceso continúa siendo una estrategia clave para el crecimiento y la competitividad en la región (Manoel et al. 2022).

Entre los factores que han desempeñado un papel preponderante en la internacionalización, destacan los siguientes:

- **Apertura de Mercados Internacionales:** Las políticas de liberalización económica y los acuerdos comerciales han ampliado el acceso de empresas latinoamericanas a mercados internacionales, eliminando barreras comerciales y promoviendo la exportación y la inversión extranjera.(Dominguez, 1997)
- **Diversificación de Ingresos:** La dependencia histórica de la exportación de materias primas y recursos naturales ha llevado a una creciente conciencia sobre la necesidad de diversificar las fuentes de ingresos.(Brenes et al., 2009).
- **Búsqueda de Nuevas Oportunidades de Crecimiento:** Las empresas latinoamericanas buscan mercados emergentes y nichos de mercado en el extranjero que ofrecen un potencial significativo para la

expansión de sus negocios. (Carneiro, 2014)

- **Acceso a Recursos y Tecnología:** La internacionalización proporciona a las empresas latinoamericanas acceso a recursos financieros, tecnológicos y de conocimiento que pueden no estar disponibles en sus mercados nacionales. (Alcaraz, 2017)
- **Competitividad Regional:** La competencia entre empresas en América Latina ha aumentado con el tiempo, lo que ha llevado a muchas de ellas a buscar oportunidades en el extranjero para mantener o aumentar su competitividad. (Brenes et al., 2009)
- **Globalización de Mercados:** La globalización ha acortado las distancias y ha creado una interconexión económica global. (Prieto, 2022)
- **Apoyo Gubernamental:** Algunos gobiernos latinoamericanos han implementado políticas de apoyo a la internacionalización, incluyendo incentivos fiscales, programas de financiamiento y asesoría para empresas que buscan expandirse en el extranjero. (Kaufmann y Mastruzzi, 2010)
- **Experiencia y Conocimiento:** A medida que las empresas latinoamericanas han adquirido experiencia en el mercado internacional, han desarrollado conocimientos y habilidades que les permiten enfrentar desafíos y competir de manera efectiva en el ámbito global.

Etapas del proceso de internacionalización de empresas latinoamericanas

La internacionalización de empresas latinoamericanas es un proceso gradual y estratégico que involucra diversas etapas. A medida que las empresas buscan expandir sus operaciones a mercados internacionales, siguen una serie de pasos que les permiten adaptarse y crecer de manera efectiva en un entorno global. Estas etapas son fundamentales para comprender cómo las empresas latinoamericanas se han internacionalizado con éxito (Alvarado et al. 2020).

Existen diversos modelos para detallar las etapas de un proceso de internacionalización, entre ellos podemos mencionar al Modelo de Jordi Canals, Modelo de Uppsala, Modelo de Way Station, Modelo de Ciclo de Vida de Vernon. Basado en estos modelos puedo resumir las etapas de la siguiente manera:

- **Exploración y Preparación (Pre-internacionalización):** En esta etapa inicial, las empresas latinoamericanas comienzan a explorar la posibilidad de expandirse internacionalmente. Realizan investigaciones de mercado, identifican oportunidades y evalúan los riesgos.
- **Exportación y Penetración de Mercados Extranjeros:** La exportación es a menudo la primera estrategia de internacionalización que adoptan las empresas latinoamericanas. Comienzan a vender sus productos o servicios en mercados extranjeros, generalmente a través de intermediarios o distribuidores locales. (Haar et al. 1995).
- **Establecimiento de Filiales o Alianzas Estratégicas:** A medida que las empresas ganan experiencia y confianza en los mercados internacionales, pueden avanzar hacia la etapa de establecimiento de filiales o alianzas estratégicas en el extranjero.
- **Adaptación y Localización:** A medida que se expanden a nuevos mercados, las empresas latinoamericanas deben adaptar sus productos, servicios y estrategias comerciales para satisfacer las necesidades y preferencias locales.
- **Diversificación y Expansión Global:** En esta etapa avanzada de internacionalización, las empresas buscan diversificar aún más sus operaciones globales. Pueden ingresar a múltiples mercados internacionales, expandir su cartera de productos o servicios y buscar oportunidades de inversión en diferentes regiones geográficas.
- **Consolidación y Estrategia Global:** Las empresas que han tenido éxito en múltiples mercados internacionales trabajan en la consolidación de su posición global. Esto implica la implementación de estrategias de gestión global, la coordinación de operaciones en diferentes regiones y la creación de una marca global sólida.
- **Innovación y Competitividad Continua:** La internacionalización no es un proceso estático. Las empresas latinoamericanas deben seguir innovando y manteniendo su competitividad en un entorno global en constante cambio.

Es importante destacar que el proceso de internacionalización puede variar según la industria, el tamaño de la empresa y otros factores. No todas las empresas latinoamericanas avanzan a través de todas estas etapas de la misma manera ni en el mismo período de tiempo. Sin embargo, comprender estas etapas proporciona un marco útil para analizar cómo las empresas latinoamericanas han evolucionado en su búsqueda de una presencia

global exitosa (Borda et al. 2017).

3.3 Estrategias de internacionalización exitosas

La internacionalización de empresas latinoamericanas ha estado marcada por ejemplos inspiradores de éxito en diversos sectores y mercados internacionales. Estos casos de empresas que han logrado una internacionalización exitosa proporcionan valiosas lecciones (Alvarado et al. 2020). Entre ellos, mencionaré algunos ejemplos:

- **CEMEX (Cementos Mexicanos):** CEMEX, una empresa mexicana de materiales de construcción, ha sido un destacado ejemplo de internacionalización exitosa. A través de adquisiciones estratégicas en todo el mundo y una fuerte inversión en investigación y desarrollo. Su enfoque en la eficiencia operativa y la adaptación a las condiciones locales le ha permitido prosperar en mercados diversos y competitivos (Vargas et al. 2012).
- **Bimbo (Grupo Bimbo):** Grupo Bimbo, una empresa mexicana de panadería, ha logrado una expansión internacional notable. Su estrategia se ha centrado en la adquisición de empresas locales de panadería en varios países, lo que le ha permitido convertirse en uno de los principales productores de productos horneados a nivel mundial. La adaptación de sus productos a las preferencias locales y la gestión eficiente de la cadena de suministro son factores clave en su éxito (Vargas et al. 2012).
- **Embraer:** Embraer, una empresa brasileña de fabricación de aviones, ha experimentado un crecimiento significativo en el mercado global de la aviación. Su enfoque en la innovación tecnológica y la inversión en I+D le ha permitido competir con éxito en un mercado altamente competitivo. Además, ha establecido alianzas estratégicas con empresas líderes en la industria aeroespacial para fortalecer su posición global. (Goldstein, 2002)
- **Cencosud:** Cencosud, una empresa chilena de retail, ha expandido su presencia a lo largo de América Latina. Su estrategia de adquisiciones de cadenas minoristas en diferentes países ha contribuido a su crecimiento significativo. Cencosud ha demostrado la capacidad de adaptarse a las necesidades y preferencias de los consumidores locales, lo que ha consolidado su posición como uno de los principales minoristas de la región (Bianchi 2009).
- **Grupo AJE:** El Grupo AJE, una empresa peruana dedicada a la industria de bebidas, es un destacado ejemplo de éxito en la internacionalización. AJE ha implementado una estrategia de expansión internacional que ha llevado a la empresa a operar en más de 20 países en América Latina, Asia y África. AJE ha demostrado la capacidad de identificar oportunidades de mercado en regiones en desarrollo y ha sabido adaptar sus productos a las preferencias locales. Además, ha establecido alianzas estratégicas con distribuidores y ha invertido en tecnología de producción para mantener costos competitivos (Duque et al. 2018).
- **Alicorp:** ALICORP, empresa peruana líder en alimentos y productos de consumo, ha experimentado una internacionalización gradual y estratégica. Comenzó en los años 90, enfocándose inicialmente en países vecinos de América Latina como Ecuador y Bolivia. Luego, mediante adquisiciones estratégicas en Brasil y Argentina, consolidó su presencia regional. Posteriormente, se aventuró en mercados fuera de América Latina, como Estados Unidos y Asia, ampliando su alcance geográfico y diversificación. (Kalizaga et al. 2022)
- **Gloria:** La empresa Gloria inició su expansión regional en la década de 1990, expandiéndose a países cercanos como Bolivia y Ecuador. Luego, adquirió empresas en mercados clave de América Latina, incluyendo República Dominicana y Chile, fortaleciendo su presencia en la región.

3.4 Perspectivas de la internacionalización de empresas latinoamericanas

Retos y oportunidades que enfrentan las empresas latinoamericanas en el proceso de internacionalización

El proceso de internacionalización de empresas latinoamericanas, si bien ofrece oportunidades significativas, también conlleva una serie de retos y desafíos que deben ser cuidadosamente gestionados para garantizar el éxito en los mercados internacionales.

A continuación, se exploran algunos de los principales retos y oportunidades que enfrentan las empresas latinoamericanas en su proceso de internacionalización.

Retos:

- **Competencia Global:** En un mercado globalizado, las empresas latinoamericanas se enfrentan a una competencia feroz por parte de empresas de todo el mundo. La necesidad de mantenerse competitivas y destacarse en mercados extranjeros puede ser un desafío significativo. (Ramos et al., 2016)
- **Barreras Regulatorias y Legales:** Cada país tiene sus propias regulaciones y normativas comerciales que las empresas deben cumplir. Navegar por estas barreras legales y regulatorias puede ser complicado y costoso.
- **Diferencias Culturales:** Las diferencias culturales pueden afectar la percepción de productos y servicios, así como las relaciones comerciales. Las empresas deben comprender y adaptarse a las normas y valores culturales locales.
- **Volatilidad Económica:** Las fluctuaciones en las tasas de cambio, la inflación y otros indicadores económicos pueden tener un impacto directo en las operaciones internacionales de las empresas latinoamericanas.
- **Riesgo Político:** La inestabilidad política en algunos países de la región puede aumentar la incertidumbre y el riesgo para las empresas que operan internacionalmente.

Oportunidades:

- **Acceso a Nuevos Mercados:** La internacionalización brinda a las empresas latinoamericanas acceso a nuevos mercados, lo que puede impulsar el crecimiento y la diversificación de ingresos.
- **Diversificación de Riesgos:** Expandirse internacionalmente permite a las empresas reducir su dependencia de un solo mercado y diversificar sus operaciones, lo que puede ayudar a mitigar riesgos.
- **Aprovechamiento de Recursos Globales:** La internacionalización permite a las empresas acceder a recursos globales, como tecnología, financiamiento y talento humano, que pueden fortalecer su capacidad de innovación y competitividad.
- **Aprendizaje y Desarrollo:** La internacionalización ofrece a las empresas la oportunidad de aprender y desarrollar nuevas habilidades y conocimientos en un entorno empresarial global.
- **Fortalecimiento de la Marca:** Operar internacionalmente puede fortalecer la marca de una empresa y aumentar su visibilidad y prestigio a nivel global.

Tendencias de la internacionalización de empresas latinoamericanas

En un entorno global en constante cambio, las tendencias en la internacionalización reflejan la evolución de las estrategias empresariales y las condiciones económicas en América Latina y en el escenario mundial. A continuación, se analizan algunas tendencias clave en la internacionalización de empresas latinoamericanas.

- **Diversificación Geográfica:** Las empresas latinoamericanas continúan diversificando su presencia internacional en múltiples regiones geográficas. A medida que exploran mercados más allá de América Latina, buscan oportunidades en Asia, África y otros lugares, reduciendo su dependencia de los mercados tradicionales.
- **Digitalización y Comercio Electrónico:** La digitalización ha revolucionado la forma en que las empresas internacionales operan y se conectan con los consumidores.
- **Sostenibilidad y Responsabilidad Social:** Las empresas latinoamericanas están desarrollando estrategias que incorporan prácticas sostenibles y responsabilidad social corporativa para atraer a consumidores preocupados por el medio ambiente y la ética.
- **Alianzas Estratégicas y Fusiones y Adquisiciones:** Las alianzas estratégicas y las fusiones y adquisiciones siguen siendo una estrategia clave para la internacionalización.
- **Adaptación a la Pandemia:** Las empresas latinoamericanas han tenido que adaptarse rápidamente a estos cambios para mantener su presencia internacional y operaciones comerciales.
- **Mayor Apoyo Gubernamental:** Algunos gobiernos latinoamericanos están ofreciendo incentivos y apoyo financiero a las empresas que buscan expandirse internacionalmente.
- **Expansión en Sectores Específicos:** Algunos sectores, como la energía renovable, la agrotecnología y la biotecnología, están experimentando una expansión significativa en la internacionalización debido a la creciente demanda global de soluciones sostenibles y tecnológicas.

4. CONCLUSIONES

La internacionalización de empresas latinoamericanas representa una estrategia clave en el contexto empresarial global. Este proceso se ha convertido en una respuesta fundamental a la creciente globalización de los mercados y la necesidad de diversificar las fuentes de ingresos en la región. En este contexto, se han destacado tendencias significativas, como la diversificación geográfica y la digitalización de operaciones, que han permitido a las empresas acceder a nuevos mercados y recursos globales.

Sin embargo, este camino hacia la internacionalización no está exento de desafíos. Las empresas latinoamericanas se enfrentan a una competencia global feroz, barreras regulatorias y riesgos políticos, además de la necesidad de adaptarse a las condiciones locales y culturales de los mercados extranjeros. La volatilidad económica, acentuada por la pandemia de COVID-19, ha añadido una capa adicional de incertidumbre.

A pesar de estos desafíos, ejemplos exitosos como CEMEX, Bimbo y Grupo AJE demuestran que las estrategias de internacionalización exitosas incluyen la adaptación a las preferencias locales, la inversión en tecnología y la gestión eficiente de recursos. La planificación estratégica, la agilidad para adaptarse a un entorno cambiante y la inversión en recursos humanos y tecnológicos son elementos clave para superar obstáculos.

Además, el apoyo gubernamental y la colaboración con organizaciones internacionales pueden ser catalizadores esenciales para el éxito de la internacionalización. La promoción de políticas que fomenten la expansión internacional de las empresas y la colaboración en proyectos de desarrollo global pueden facilitar el proceso.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguilera, R., Ciravegna, L., Cuervo-Cazurra, A., y Gonzalez-Perez, M. (2017). Multilatinas and the internationalization of Latin American firms. *Journal of World Business*, 52(4), 447-460.
- Alcaraz, J., Zamilpa, J., y Torres, L. (2017). Understanding the internationalization of Latin American enterprises. *Journal of Applied Business and Economics*, 19(5), 110-130.
- Alvarado, A. (2020). Perdurability, families, and internationalization processes: Approaches from business history in Latin America. *Journal of Evolutionary Studies in Business*, 5(2), 1-32.
- Bianchi, C. (2009). Retail internationalisation from emerging markets: case study evidence from Chile. *International Marketing Review*, 26(2), 221-243.
- Bodnar, G., y Weintrop, J. (1997). The valuation of the foreign income of US multinational firms: A growth opportunities perspective. *Journal of Accounting and Economics*, 24(1), 69-97.
- Borda, A., Geleilate, J., Newbury, W., y Kundu, S. (2017). Firm internationalization, business group diversification and firm performance: The case of Latin American firms. *Journal of Business Research*, 72, 104-113.
- Botello, H. A. (2014). Conditions and Determinants of the Internationalization of Latin American Industrial Enterprises. *Apuntes*, 41(75), 47.
- Brenes, E. R., Haar, J., y Requena, B. (2009). Latin America: Environmental and firm-level challenges. *Journal of Business Research*, 62(9), 849-853.
- Calizaya Castro, K. A., Csirke Chau, A. J., García Quintanilla, S. C., & Saiz Uriz, I. (2022). Factores críticos de éxito para la internacionalización de empresas peruanas.
- Carneiro, J., y Brenes, E. R. (2014). Latin American firms competing in the global economy. *Journal of Business Research*, 67(5), 831-836.
- Ciravegna, L., Lopez, L. E., y Kundu, S. K. (2016). The internationalization of Latin American enterprises—Empirical and theoretical perspectives. *Journal of Business Research*, 69(6), 1957-1962. (Ciravegna et al. 2016)
- Conti, C. R., Parente, R., y Vasconcelos, F. C. (2016). When distance does not matter: Implications for Latin American multinationals. *Journal of Business Research*, 69(6), 1980-1992.
- Child, J., Karmowska, J., y Shenkar, O. (2022). The role of context in SME internationalization—A review. *Journal of World Business*, 57(1), 101267.
- Dominguez, L. V., y Brenes, E. R. (1997). The internationalization of Latin American enterprises and market liberalization in the Americas: A vital linkage. *Journal of Business Research*, 38(1), 3-16.
- Duque-Ruiz, V., Zuluaga, J. F., y Gonzalez-Perez, M. A. (2018). Rapid Internationalization Emerging Markets Multinationals from Latin America: The Case of the AJE Group. *Competitiveness in Emerging Markets: Market Dynamics in the Age of Disruptive Technologies*, 285-313.
- Finkelstein, D. (2017). The role of the State in the internationalization of Latin American firms. *Journal of World Business*, 52(4), 578-590.
- Goldstein, A. (2002). Embraer: de campeón nacional a jugador global. *Revista de la CEPAL*.
- Graterol-López, H., y Sigala-Paparella, L. E. (2014). Empresas de internacionalização acelerada: estudo de casos na Venezuela. *Estudios Gerenciales*, 30(133), 461-468.

- Haar, J., y Ortiz-Buonafina, M. (1995). The internationalization process and marketing activities: The case of Brazilian export firms. *Journal of Business Research*, 32(2), 175-181.
- Kaufmann, D., Kraay, A., y Mastruzzi, M. (2011). The worldwide governance indicators: Methodology and analytical issues¹. *Hague journal on the rule of law*, 3(2), 220-246.
- Manoel, A., y Da Costa Moraes, M. B. (2022). The impact of internationalization degree on cash levels: Evidence from Latin America. *International Business Review*, 31(3), 101949.
- Murillo Vargas, G., González-Campo, C. H., y García Solarte, M. (2019). Gobierno corporativo una perspectiva de los dirigentes: estudio de caso Grupo AVAL. *Suma de negocios*, 10(23), 109-123.
- Prieto-Sánchez, C. J., y Merino, F. (2022). Incidence of cultural, economic, and environmental factors in the emergence of born-global companies in Latin America. *Global Strategy Journal*, 12(2), 245-272.
- Trujillo Figueroa, M. B., y Cornejo Monthedoro, A. A. Multilatinas: Inicio del proceso de internacionalización para las empresas peruanas.
- Vargas-Hernández, J. G., Leon-Arias, D. A., Valdez-Zepeda, D. A., y Castillo-Giron, D. V. (2012). Strategic internationalization of Mexican emerging multinationals. Available at SSRN 2066787.