



TG-F1 TESIS

**RELACIÓN ENTRE INTERNACIONALIZACIÓN E INNOVACIÓN, Y SU
FINANCIACIÓN – REVISIÓN DE LITERATURA.**

Camilo López Camelo

Director: David Andrés Londoño Bedoya



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Colombia

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ACADÉMICO: FINANZAS
BOGOTÁ D.C, JULIO 2024

Abstract:

The changing and globalized environment in which companies must interact has as its main consequence the stimulation of a constant process of innovation, and seeking interaction with international markets, to take advantage of their competitive advantages. The purpose of this text is to expand the reader's vision about the relationship between innovation, internationalization, and the importance of their financing, to optimize the path towards the fulfillment of their business strategies.

Keywords: Innovation, Internationalization, Finance, Innovation Financing.

Resumen:

El entorno cambiante y globalizado en el que deben interactuar las empresas tiene como principal consecuencia el estímulo de éstas hacia un constante proceso de innovación, y buscar la interacción con mercados internacionales, con el fin de aprovechar sus ventajas competitivas. Este texto tiene como finalidad ampliar la visión del lector acerca de la relación entre innovación, internacionalización y la importancia de la financiación de estas, con el fin de optimizar el camino hacia el cumplimiento de sus estrategias empresariales.

Palabras claves: Innovación, Internacionalización, Financiación, Financiación de Innovación.

1. INTRODUCCIÓN

El contexto de globalización de los mercados de la actualidad hace que las empresas debán estar adaptándose todo el tiempo a los nuevos retos de los mercados y las necesidades cambiantes de los consumidores, así mismo, las limitantes que se encuentran las empresas en el proceso de crecimiento se ve restringido, además de las pocas posibilidades de maximizar sus ventajas competitivas en los mercados locales hacen que quieran buscar mercados internacionales.

Por una parte, la innovación que las empresas implementan tiene, por lo general, efecto positivo en el performance, adicionalmente, el implementar nuevos elementos en cualquier eslabon de la cadena de valor genera ventajas competitivas, que aumentan la eficiencia y la eficacia en el uso de recursos de la compañía, lo que tiene como resultado al final del proceso aumento en la productividad.

Otro aspecto relevante que influye el enfoque estrategico que definen las organizaciones es la internacionalización, este concepto hace referencia a la forma en la que las empresas interactuan dentro del entorno internacional globalizado.

Así mismo, la financiación es el motor principal para la ejecución de los diferentes proyectos que se puedan llegar a plantear las empresas dentro de su plan estrategico, y que, a futuro busca mejorar los flujos de caja generados, además de permitir gestionar los recursos de forma adecuada.

Teniendo en cuenta la importancia que tienen estos tres elementos para el funcionamiento optimo de la empresa, este texto busca responder a las preguntas: ¿Cómo se relaciona entre si la

internacionalización y la innovación?, ¿Qué efectos y/o causalidad genera una variable sobre la otra?, ¿De que forma se financian estos dos componentes estrategicos de la empresa?

Con el fin de dar respuesta a las preguntas planteadas, en la primera parte del texto se busca identificar las definiciones de trabajo de innovación e internacionalización, con el fin de clarificar mejor su funcionalidad dentro del plan estrategico de las empresas. En la segunda parte se explicará la metodología elegida y como se desarrollo el proceso de búsqueda. Posteriormente en los resultados se presentan los elementos encontrados con el fin de alimentar el acercamiento teórico, para posteriormente exponer las relaciones que se pudieron identificar entre innovación e internacionalización, y finalmente, exponer las alternativas de financiación disponibles para llevar a cabo los proyectos de innovación e internacionalización, y como funciona el entorno de financiación del mismo.

2. MARCO TEORICO

2.1 Innovación.

La literatura ofrece diversas definiciones para la innovación. De acuerdo con Granstrand y Holgersson (2020), la mayoría de las definiciones de innovación recientes se basan en dos características; un grado de novedad de un cambio y un grado de utilidad o éxito en la aplicación de algo nuevo. Ellos definen este concepto de “nuevo” en diferentes contextos, podría ser nuevo a nivel macro, como algo novedoso para el mundo o para un país en particular, o como algo nuevo dentro de un entorno como el empresarial o local.

El manual de Oslo (2018), se define innovación cómo: un producto o proceso nuevo o mejorado (o una combinación de ellos). La innovación de producto se puede entender también

como un bien o servicio nuevo o mejorado que difiere significativamente de los bienes o servicios anteriores de la empresa y que se han introducido en el mercado. Por otra parte, una innovación de procesos de negocios es un proceso de negocios nuevo o mejorado para una o más funciones de negocios que difiere significativamente de los procesos de negocios anteriores de la empresa y que la empresa ha puesto en uso.

De los diferentes tipos de innovación, de estos, los más relevantes, y los que tienen en común con más autores son: 1. Innovación tecnológica: el cual comprende las nuevas herramientas tecnológicas aplicadas a los procesos productivos, a los procesos necesarios para llegar a ofrecer servicios, o en general a cualquier eslabón de la cadena de valor de las empresas. 2. Innovación de producto: son los productos nuevos, o productos existentes pero que son significativamente diferentes a los demás. 3. Innovación en el modelo de negocio: Este tipo de innovación va relacionada con la capacidad de adaptarse al entorno que tienen las empresas, y como responden a los cambios constantes del entorno en el que interactúan. 4. Innovación en Marketing: Hace referencia a la forma en la que las empresas quieren hacerle llegar sus productos o servicios a los consumidores.

Estos son algunos ejemplos que permiten entender la amplitud del concepto de innovación. Para el desarrollo de esta investigación, usaremos como innovación el concepto propuesto por Singh y Aggarwal (2022), el cual sintetiza 208 conceptos diferentes, obteniendo como resultado que: “ La innovación es la puesta en práctica del potencial creativo con un motivo comercial y/o social, mediante la implementación de nueva soluciones adaptativas que crean valor, aprovechan nuevas tecnologías o invenciones, contribuyen a la ventaja competitiva y al crecimiento económico”.

Rao (2001) expone que la actividad innovadora (en general) está altamente relacionada de forma positiva con la productividad de la empresa, así mismo, Morris (2018) complementa con que esta relación positiva se da tanto en sectores de manufactura como en el sector de servicios. También, Gunday et. Al. (2018) expone que el performance innovador (el efecto del conjunto en las innovaciones en producto, proceso, organizacional y marketing) mejora los resultados en ventas, además, Lome et. al. (2016) concluye que las empresas innovadoras tienen mejores resultados que las no innovadoras en momentos de crisis financieras.

2.2. Internacionalización.

Al igual que el concepto de innovación, existen diferentes definiciones para el termino internacionalización, López (2020) afirma que la internacionalización es un fenómeno complejo, en el cual la literatura ha tenido diferentes acercamientos, pero aún no existe un consenso para una unificación de la definición de este concepto.

La realidad actual de las empresas, teniendo en cuenta el entorno de globalización altamente cambiante y los avances tecnológicos en las industrias, viene generando contextos altamente inciertos y competitivos. Como consecuencia de esta incertidumbre y la competencia elevada surge la necesidad que tienen las empresas de interactuar con mercados internacionales, es decir, internacionalizarse, (Escolano et al., 2003).

La internacionalización se puede analizar desde la perspectiva nacional, sectorial o institucional, y se refiere a: “el grado en la rentabilidad o las operaciones de una empresa están conducida fuera de su país de origen, se caracteriza por la participación en actividades transfronterizas, como el comercio exterior y/o inversión extranjera” (López, 2020)

Araya (2009) define la internacionalización como el proceso en el cual una empresa proyecta sus actividades en el entorno internacional globalizado, de forma total o parcial, y como resultado de estas interacciones genera flujos de diversa índole.

2. DISEÑO METODOLOGICO

Con el objetivo de dar respuesta a las preguntas planteadas dentro del texto, se seguirá un esquema no sistemático de revisión de literatura, el cual se puede entender como “Una revisión del conocimiento y la información existentes sobre un tema en particular. La literatura hacer referencia a los estudios e investigaciones previos de un área y tema en particular se revisan en el curso de una investigación” (Kumar, 2021).

El hecho de que sea no sistemático, hace referencia a que no sigue ningún procedimiento o protocolo sistemático, en lugar de esto, se busca seguir un razonamiento deductivo, con el fin de tejer los diferentes conceptos que se encuentran relacionados a la temática que se busca entender, brindando al lector una cobertura completa del área temática de la revisión (Kraus Et. Al., 2022), el objetivo de tejer estos conceptos es generar una mejor interconexión entre los conceptos y la importancia de cada uno de ellos en la estrategia organizacional.

3.1 Búsqueda de la información

La fuente principal de los artículos científicos relacionados a la temática seleccionada fue “Google Scholar”, dándole prioridad a los artículos que pertenecen a revistas que pertenecen a editoriales como Research Gate, El sevier, Science Direct, Emerald Insight y Springer Link. Se hizo uso de técnicas como el uso de operadores booleanos, operadores de truncamiento y operadores de proximidad, con el fin de optimizar el proceso de búsqueda y selección de información para la construcción de esta revisión de literatura (Guttierrez, 2017).

3.2. Terminos de busqueda

Los principales terminos de busqueda que se utilizaron fueron: Innovación, internacionalización, efectos de innovación en internacionalización, efectos de internacionalización en la innovación, financiación de innovación, financiación de internacionalización, y la traducción de estos términos al idioma ingles, teniendo en cuenta que la mayoría de la literatura relacionada con las tematicas de interes fue escrita en esta lengua.

3.3. Ejecución de la búsqueda

Luego de identificar los términos de busqueda, el enfoque que se buscaba, y las principales fuentes de la información secundaria, se dio inicio a la busqueda, en la cual se identificaban en un principio los titulos más acordes a resolver las preguntas de investigación planteadas. Posteriormente, se trataba de filtrar nuevamente la tematica a tratar con la lectura del abstract, para luego proceder a la descarga.

Inicialmente se descargaron 94 articulos en total, luego de esto, mientras se hacia la lectura inicial del texto, se fueron clasificando en 3 niveles de relevancia, el nivel 1 de relevancia se almacenaron los articulos más acordes con la temática a tratar, o que pudieran ayudar a entender mejor las diferentes relaciones de conceptos. En el nivel 2 de relevancia quedaron almacenados los textos que de cierta forma pueden tener relación con la tematica, pero que no aportan de forma significativa a dar respuesta a las preguntas de información planteada. Finalmente, en el nivel 3 de relevancia, se almacenaron todos los documentos científicos que, a pesar de filtrar inicialmente con los terminos de búsqueda, no aportaban de ninguna forma ni tenían mucha relación con las preguntas de investigación planteadas.

Con el objetivo de facilitar el procesamiento de la información e identificar mejor los conceptos propuestos por cada uno de los autores, se crea una matriz en excel, en la cual se

almacena el título del texto, año en el que se publicó, abstract o resumen, pregunta/problema expuestos, hipótesis usadas, resultados más relevantes y conclusiones.

4. RESULTADOS

Luego de clasificar la información en los diferentes niveles de relevancia, se obtuvieron como resultado un total de 61 artículos en el nivel 1 de relevancia, 14 en el nivel 2 y 19 en el nivel 3. Luego de esto, haciendo uso de la matriz planteada en la metodología, y con el fin de dar respuesta a las preguntas de investigación, se tejen los conceptos de cada una de las posibles relaciones planteadas, encontrándonos con las siguientes posturas desde el punto de vista científico:

4.1. Efectos de la innovación en la internacionalización

Según Amorós et al., (2014), la estrategia de diferenciación en producto no tiene efecto en la propensión a internacionalizarse de las empresas, a pesar de esto, varios autores encuentran una fuerte relación entre innovación como impulsador de la internacionalización de las empresas, Basile (2000), señala que la innovación en producto, sin importar que sea causada por inversión de capital, o por los esfuerzos en I+D de las compañías, causa una mayor propensión a exportar, es decir, un mejor ratio exportaciones / ventas, posteriormente, Lamotte Et. Al. (2013), encuentra una relación que refuerza lo expuesto por Basile (2000), pues expone que la innovación en producto en empresas emprendedoras (creadas entre 3 y 42 meses) aumenta en 6.8% la probabilidad de internacionalizarse vía exportaciones.

Así mismo, Pla Barber et. al (2007), identifica la relación positiva entre la innovación en producto e internacionalización (vía exportaciones), sin importar el tamaño de la empresa. Prada (2022), afirma que, cuando los productos son nuevos o diferentes, es decir, son innovadores, hay un incremento en la probabilidad que tienen estas empresas en interactuar en

mercados internacionales. Cassiman y Martinez Ross (2007) amplían esta visión, pues dentro de sus hallazgos identifican que las innovaciones en producto impulsan la decisión de ingresar a los mercados internacionales. Hiseh et al (2019), logran identificar que, la innovación en producto no solo es una causa, pues además de esto, acelera el proceso de internacionalización.

También hay algunas variables que pueden estar en medio de esta relación entre innovación e internacionalización, Alegre Et. Al., (2012), expone que las empresas con una mayor capacidad de aprendizaje organizacional (OLC por sus siglas en ingles), tienen como efecto un mejor performance en la innovación de producto, obteniendo como resultado final, una mayor propensión a exportar. Así mismo, Cassiman Et. Al., (2011), encontró que, la innovación en producto genera una mayor productividad de las empresas (medido con factor total de producción, o FTP por sus siglas en ingles), y como resultado, les es más fácil entrar a mercados internacionales, aunque esta relación únicamente funciona con la innovación en producto, pues Cassiman Et. Al., (2010) no encontró ninguna variación en el FTP de las compañías que innovan en producto exportadoras y las no exportadoras.

Ahora bien, la innovación en proceso también es un determinante de la internacionalización, teniendo en cuenta la dificultad de medir esta innovación en proceso de forma directa, esta usualmente es medida desde las tecnologías de producción usadas por las empresas, Basile (2000), expone que la innovación en proceso tiene como causa la disminución en los costos de los productos, lo que hace que las compañías sean competitivas en el mercado internacional.

Para reforzar el argumento de innovación en producto como causa de internacionalización, Botello (2014) expone que, la inversión tecnológica en certificaciones de calidad y capacitación a sus trabajadores incrementa la propensión de exportar de las compañías.

Cassiman y Martínez-Ross (2007) refuerza esta relación, encontrando que las innovaciones en producto aumentan la propabilidad de internacionalizarse, en un 25% si es una empresa pequeña y en un 8% si es una empresa grande (más de 200 trabajadores). Prada (2022), las empresas que tienen un nivel tecnológico alto, es decir, que la tecnología que usan está entre 0 y 5 años, facilitan la innovación en sus procesos, y como causa, tienen mayor probabilidad de internacionalizarse vía exportaciones.

Por otra parte, la innovación en producto no causa únicamente la internacionalización, si no que adicionalmente acelera este proceso, Amorós (2014), expone que, las empresas que tienen tecnología reciente (entre 1 y 5 años desde su fabricación) innoven en sus procesos, y qué, además, aceleran el proceso de entrada a los mercados internacionales vía exportaciones, adicionalmente, Lamotte (2013) encuentra que, el uso de tecnología reciente tiene como resultado la innovación de proceso, causando que las compañías innovadoras tengan un 5.5% adicional en la probabilidad de exportar más rápido.

Finalmente, Brodzicki (2017) integra todo el cuadro de esta relación, exponiendo que una mayor intensidad en innovación vista como el resultado de implementar la innovación desde todas sus perspectivas, es causal de una mayor intensidad de internacionalización de las empresas.

Dentro de esta relación es importante resaltar que la mayoría de los autores usan las exportaciones como principal variable de medida de la internacionalización, la cual estaría sesgada teniendo en cuenta que, por definición, esta no es la única forma de internacionalización. También, es usual que la mayoría de los autores se enfoquen en un único tipo de innovación, en su mayoría producto o proceso, y son muy pocos quienes hacen este mismo análisis desde las innovaciones en marketing y organizacionales.

4.2. Efectos de la internacionalización en la innovación

La segunda relación existente para estos dos conceptos es el efecto que tiene la internacionalización de las empresas en la innovación, la literatura propone que las empresas que tienen experiencia en mercados internacionales generan un efecto positivo en la innovación, ya que estar expuestos a nuevos mercados y competidores hace que se generen nuevos conocimientos aplicables a los diferentes tipos de innovación descritos en la definición.

Genc et al., (2019), encuentra que el grado de internacionalización no tiene una relación significativa directa con el performance en innovación de empresas de países emergentes, pero que el grado de internacionalización si tiene efectos en el tipo de orientación que tienen las compañías, si estas tienen un nivel de internacionalización alto, tendrán efectos positivos en la orientación de mercado y en la orientación emprendedora, lo que a su vez tiene efecto positivo en el performance innovador.

Por otra parte, Salomon (2005) encuentra que existe una relación entre el efecto positivo que tiene la internacionalización vía exportaciones en la innovación de las empresas, pero que este efecto no es inmediato, según el autor, para la innovación en producto, este efecto puede tardar alrededor de 2 años en verse reflejado, mientras que para la innovación medida como patentes, puede tardar más tiempo. Este lag es causado por el tiempo en que se demoran las empresas en aplicar e incorporar los aprendizajes obtenidos en los mercados externos.

Rahko (2016) también identificó el efecto positivo que tiene la internacionalización en las innovaciones de las empresas, aunque también respalda lo expuesto por Salomon (2005), aunque para Rahko, este efecto se ve después del primer año desde el inicio de operaciones internacionales. Zivilak (2017) también identificó la relación directa entre internacionalización e

innovación, y complementa lo expuesto por el autor anterior, agregando que, en un nivel bajo de internacionalización (únicamente exportaciones a través de un agente) solo se tiene acceso a información de producto, mientras que un alto nivel de internacionalización (Exportaciones directas, Joint Venture, subsidiarias y representantes) tendrán adicionalmente acceso a información de mercado, es decir que, dependiendo el nivel de internacionalización, será el mismo efecto.

Ahora bien, autores como Kafouros et al. (2008), van en contra de lo expuesto por Genc et al., (2019), pues encuentran evidencia del efecto positivo que genera el conocimiento obtenido en mercados internacionales en el performance innovador de las compañías, es decir, en todos los aspectos innovadores en los que una empresa puede incurrir.

Es importante resaltar que, algunos autores como Kafouros et al. (2008) y Zivlak (2007), exponen que, estos efectos impulsores de innovación que tiene la internacionalización, además de hacer productos innovadores, también los hace más competitivos vía precio, pues el implemento de nuevos recursos tecnológicos en el proceso hace que se optimicen los recursos disponibles.

El efecto de la internacionalización no solo va hacia la innovación como resultado, también hace que las empresas que participan en mercados externos puedan llegar a romper la barrera de implementar innovación en producto y proceso más rápido, según Love & Ganotakis (2013).

Finalmente, Álvarez y Robertson (2004), siguiendo esta misma relación, integra la internacionalización como exportaciones e inversión extranjera, e identifican el efecto positivo que tienen en las innovaciones en producto, proceso, marketing y organizacional.

4.3. Relación Bidireccional

Teniendo en cuenta las posiciones de los autores expuestas en los dos puntos anteriores, se podría inferir que la relación entre innovación e internacionalización tiene efectos positivos en las dos direcciones, a pesar de esto, muy pocos estudios se han realizado con el fin de unificar las dos teorías. Golovko (2011) identifica un “círculo virtuoso”, en el cual las compañías exportadoras que innovan incrementan su volumen de ventas, vendiendo mejores productos, a mejores precios y en mayor cantidad; También, luego de que adquieren experiencia en el mercado internacional, adquieren conocimiento que les permite generar innovaciones con una mejor calidad. Rahko (2016) identifica una relación similar, en la que las actividades de I+D internacionales generan mejoras en la innovación, así mismo, las empresas con más innovaciones y de mejor calidad en el pasado, tienen una mayor propensión a internacionalizar los resultados de I+D.

Alarcón y Osuna (2014), proponen una teoría en la cual, las capacidades tecnológicas, innovaciones tecnológicas, alianzas internacionales y la estructura de la empresa, tienen efectos positivos en la capacidad de innovación e internacionalización de forma independiente, y luego identificaron la correlación entre estas dos variables, de esta forma, si las mismas variables independientes explican las variables dependientes, y estas están correlacionadas, se unifica la teoría.

Teniendo en cuenta la definición y la relación existente entre innovación e internacionalización, se puede entender la internacionalización en sí misma como un proceso de innovación, ya que, el proceso de internacionalización es un proceso nuevo al cual las compañías se ven enfrentadas cada vez que quieren interactuar en el entorno internacional globalizado. Además de esto, Andersen (1993), identifica que la internacionalización es innovación para las empresas, y lo fortalece Jones y Coviello (2005) proponiendo que los eventos de

internacionalización son una innovación radical. Por esta razón, las metodologías de financiación para la internacionalización van a ser las mismas que para la innovación, y teniendo en cuenta que la información disponible está enfocada hacia la innovación, la revisión de literatura se enfocará en esta metodología.

4.4. Financiación de innovación e internacionalización

Dentro de las formas en las que se puede financiar la innovación encontramos el Venture Capital, este concepto se puede entender como un intermediario financiero, el cual recolecta los fondos de varios inversionistas, y hace inversiones directas en un portafolio de compañías, por lo general estas compañías son privadas, y tienen un potencial de crecimiento amplio, teniendo en cuenta la naturaleza innovadora de las mismas (Metrick y Yasuda, 2021)

Sierra (2019), recoge las teorías de financiación propuestas con anterioridad, reconoce la diversidad en las características de los actores (financiadores y financiados), expone que las fuentes de financiación de la innovación se pueden dividir en dos grandes grupos: Internas y externas:

4.4.1. Fuentes de financiación internas

Dentro de las fuentes de financiación hacen referencia principalmente al capital propio o el exceso de liquidez que tienen disponible.

4.4.2. Fuentes de financiación externas

Este grupo es más extenso que el anterior, y se puede dividir en público y privado. Dentro del grupo público se encuentra el gobierno como principal actor, quien enlaza esta financiación a los intereses de política pública, crecimiento socio económico y desarrollo del

país. Las principales estrategias para intervenir son: el capital semilla, subsidios y crédito de bajo costo.

Respecto al grupo privado encontramos como jugadores los préstamos bancarios; inversionistas especializados con venture capital, bonos de deuda, y acciones; inversionistas no especializados quienes invierten por medio de capital OTC (Over The Counter), bonos de deuda y acciones; y las compañías establecidas por medio de adquisición de acciones y convenios.

Bechetti y Sierra (2002) relaciona la asimetría de la información (propuesta por Modigliani-Miller), con la financiación de la innovación, Sierra expone que usualmente, los propietarios y/o gestores de las ideas de negocio innovadora tienen más información que los inversionistas. Además, Sierra (2019), expone que la elección de la metodología de financiación no es estandarizada, y no sigue la lógica de la teoría del Pecking Order desarrollada inicialmente por Myers & Majluf (1984), pues el contexto de las empresas, el origen de la innovación, la disponibilidad de financiación, el sector al que pertenece, y la naturaleza de activos intangibles que generan las innovaciones hacen que sigan una lógica diferente.

Sierra (2019) también expone que la convergencia entre el financiador y el financiado no depende únicamente del costo, sino que también depende de las estrategias, preferencias, cambios a nivel macro y a nivel micro que pueden tener cada una de las partes, elementos que lo hacen complejo y diferente cada vez.

Existe un problema de financiación inherente a las empresas que son muy innovadoras, o que se encuentran en un sector netamente tecnológico, pues el riesgo de inversión es muy amplio, es por esta razón que los gobiernos proveen asistencia, de cierta forma, a estas compañías, estos esfuerzos que están implícitos dentro de la política pública hacen parte de las

metodologías disponibles que tienen las empresas innovadoras en la actualidad (Hall y Lerner, 2010).

Al igual que con cualquier otro proyecto, las empresas tienen a su disposición su capital propio y los préstamos bancarios, Sierra, Londoño y García (2021), proponen que, existe un orden de preferencia atípico en las preferencias de financiación para las empresas innovadoras, pues en primer lugar prefieren usar sus recursos propios, aunque no sean suficientes, en segundo lugar, prefieren acceder a préstamos por parte de la banca comercial, y en último lugar tienen en cuenta la forma de financiación más económica disponible, la financiación con recursos públicos.

5. CONCLUSIONES

Haciendo la literatura escrita a lo largo de los años, cada vez se comprueba desde diferentes perspectivas la relación positiva entre la innovación y la internacionalización de las empresas, y como los efectos de invertir en innovación tienen efectos positivos en la probabilidad de internacionalizarse, y además de esto, hacerlo con mayor rapidez y facilidad. Adicionalmente, el conocimiento adquirido en los mercados internacionales les permite a las empresas innovar de forma más fácil, esto enfocado hacia las adaptaciones de bienes y/o servicios que crean las empresas.

De igual forma, esta relación también tiene una conexión bidireccional, pues los beneficios de la innovación les permiten a las empresas interactuar en mercados internacionales de forma más fácil, y luego de que se encuentran en mercados internacionales, tienen acceso mucho más fácil a información que podrán aplicar en las diferentes formas de innovación.

Teniendo en cuenta la importancia de la innovación y de la internacionalización, y el enlace que tienen en el enfoque estratégico de las empresas, también es importante para los directivos de las empresas tener en cuenta las opciones disponibles para financiar estos proyectos, y de acuerdo con las condiciones de cada empresa, como pueden adaptar estas metodologías a las necesidades puntuales.

La financiación juega un papel importante en la estructuración de proyectos de innovación e internacionalización, además, la buena gestión de la deuda, y de los flujos de caja que se espera que genere el proyecto son claves para complementar los resultados positivos que se esperan al implementar innovaciones y el proceso de internacionalización. Poder entender el panorama completo de que actores intervienen y los intereses de cada una de las partes permite gestionar de mejor forma el acercamiento a este sector, y estructurar de una mejor forma la estrategia desde las diferentes perspectivas, innovación, internacionalización desde la estrategia empresarial y la financiera, desde la inversión hasta los resultados.

6. REFERENCIAS

Alegre, J., Barber, J. P., Chiva, R., & Villar, C. (2012). Organisational Learning Capability, Product Innovation Performance And Export Intensity. *Technology Analysis & Strategic Management*, 24(5), 511-526. <https://doi.org/10.1080/09537325.2012.674672>

Alejandro, M., & Osuna, A. (2014). INNOVATION AND INTERNATIONALIZATION AS A SINGLE STRATEGY OF THE FIRM: A UNIFICATION OF

- THEORIES. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT AND MARKETING RESEARCH*, 7(1), 73-84. <https://Ideas.Repec.Org/A/Ibf/Ijmmre/V7y2014i1p73-84.Html>
- Alvarez, R., & Robertson, R. (2004). Exposure To Foreign Markets And Plant-Level Innovation: Evidence From Chile And Mexico. *Journal Of International Trade & Economic Development* / *The Journal Of International Trade & Economic Development*, 13(1), 57-87. <https://Doi.Org/10.1080/0963819042000213543>
- Amorós, J. E., Basco, R., & Romani, G. (2014). Determinants Of Early Internationalization Of New Firms: The Case Of Chile. *International Entrepreneurship And Management Journal*, 12(1), 283-307. <https://Doi.Org/10.1007/S11365-014-0343-2>
- Andersen, O. (1993). On The Internationalization Process Of Firms: A Critical Analysis. *Journal Of International Business Studies*, 24(2), 209-231. <https://Doi.Org/10.1057/Palgrave.Jibs.8490230>
- Basile, R. (2001). Export Behaviour Of Italian Manufacturing Firms Over The Nineties: The Role Of Innovation. *Research Policy*, 30(8), 1185-1201. [https://Doi.Org/10.1016/S0048-7333\(00\)00141-4](https://Doi.Org/10.1016/S0048-7333(00)00141-4)
- Becchetti, L., & Sierra, H. G. J. (2002). Financing Innovation: Trodden And Unexplored Paths. *Cuadernos De Administración*, 15(24). <http://Www.Redalyc.Org/Pdf/205/20515242.Pdf>
- Botello, H. A. (2014). Condiciones Y Determinantes De La Internacionalización De Las Empresas Industriales Latinoamericanas. *Apuntes*, 41(75), 47-78. <https://Doi.Org/10.21678/Apuntes.75.716>

Brodzicki, T. (2017). Internationalisation And Innovation Intensities Of Polish Manufacturing Firms: A Close Nexus? *Entrepreneurial Business And Economics Review*, 5(1), 91-109. <https://doi.org/10.15678/Eber.2017.050106>

Cassiman, B., & Golovko, E. (2010). Innovation And Internationalization Through Exports. *Journal Of International Business Studies*, 42(1), 56-75. <https://doi.org/10.1057/Jibs.2010.36>

Cassiman, B., & Martínez-Ros, E. (2007). Product Innovation And Exports: Evidence From Spanish Manufacturing. *IESE Business School*,. https://www.researchgate.net/profile/Ester_Martinez-Ros/publication/255435821_Product_Innovation_And_Exports/links/02e7e53b507d983482000000.pdf

Cassiman, B., Golovko, E., & Martínez-Ros, E. (2010). Innovation, Exports And Productivity. *International Journal Of Industrial Organization*, 28(4), 372-376. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2010.03.005>

Edwards-Schachter, M. (2018). The Nature And Variety Of Innovation. *International Journal Of Innovation Studies*, 2(2), 65-79. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2018.08.004>

Escolano Asensi, C. V., & Belso Martínez, J. A. (1988). INTERNACIONALIZACIÓN Y PYMES: CONCLUSIONES PARA LA ACTUACIÓN PÚBLICA A PARTIR DE UN ANÁLISIS MULTIVARIANTE. *REVISTA ASTURIANA DE ECONOMÍA*.

Golovko, E., & Valentini, G. (2011). Exploring The Complementarity Between Innovation And Export For Smes' Growth. *Journal Of International Business Studies*, 42(3), 362-380. <https://doi.org/10.1057/Jibs.2011.2>

- Granstrand, O., & Holgersson, M. (2020). Innovation Ecosystems: A Conceptual Review And A New Definition. *Technovation*, 90-91, 102098. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2019.102098>
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects Of Innovation Types On Firm Performance. *International Journal Of Production Economics*, 133(2), 662-676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>
- Hall, B. H., & Lerner, J. (2010). The Financing Of R&D And Innovation. En *Handbook Of The Economics Of Innovation* (Pp. 609-639). [https://doi.org/10.1016/S0169-7218\(10\)01014-2](https://doi.org/10.1016/S0169-7218(10)01014-2)
- Hsieh, L., Child, J., Narooz, R., Elbanna, S., Karmowska, J., Marinova, S. T., Puthusserry, P., Tsai, T., & Zhang, Y. (2019). A Multidimensional Perspective Of SME Internationalization Speed: The Influence Of Entrepreneurial Characteristics. *International Business Review*, 28(2), 268-283. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.09.004>
- Jones, M. V., & Coviello, N. E. (2005). Internationalisation: Conceptualising An Entrepreneurial Process Of Behaviour In Time. *Journal Of International Business Studies*, 36(3), 284-303. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400138>
- Kafouros, M. I., Buckley, P. J., Sharp, J. A., & Wang, C. (2008). The Role Of Internationalization In Explaining Innovation Performance. *Technovation*, 28(1-2), 63-74. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2007.07.009>
- Kraus, S., Breier, M., Lim, W. M., Dabić, M., Kumar, S., Kanbach, D. K., Mukherjee, D., Corvello, V., Chousa, J. P., Liguori, E. W., Marqués, D. P., Schiavone, F., Ferraris, A., Fernandes, C., & Ferreira, J. (2022). Literature Reviews As Independent Studies: Guidelines For Academic

Practice. *Review Of Managerial Science*, 16(8), 2577-2595. <https://doi.org/10.1007/S11846-022-00588-8>

Kumar, V., Mudambi, R., & Gray, S. (2013). Internationalization, Innovation And Institutions: The 3 I's Underpinning The Competitiveness Of Emerging Market Firms. *Journal Of International Management*, 19(3), 203-206. <https://doi.org/10.1016/J.Intman.2013.03.005>

Lamotte, O., & Colovic, A. (2014). Innovation And Internationalization Of Young Entrepreneurial Firms. *Management International*, 18(1), 87-103. <https://doi.org/10.7202/1022222ar>

Leandro, A. A. (2013). El Proceso De Internacionalización De Empresas. *DOAJ (DOAJ: Directory Of Open Access Journals)*. <https://doaj.org/article/691cdec35ad842cda81882317e523834>

Lome, O., Heggeseth, A. G., & Moen, Ø. (2016). The Effect Of R&D On Performance: Do R&D-Intensive Firms Handle A Financial Crisis Better? *Journal Of High Technology Management Research*, 27(1), 65-77. <https://doi.org/10.1016/J.Hitech.2016.04.006>

López-Morales, J. S. (2020). Internationalization: An Analysis Of 26 Definitions. *Intersticios Sociales*, 19, 87-99. <https://doi.org/10.55555/Is.19.290>

Love, J. H., & Ganotakis, P. (2013). Learning By Exporting: Lessons From High-Technology Smes. *International Business Review*, 22(1), 1-17. <https://doi.org/10.1016/J.Ibusrev.2012.01.006>

Metrick, A. (2006). *Venture Capital And The Finance Of Innovation*. [Http://Depot.Som.Yale.Edu/Icf/Papers/Fileuploads/2689/Original/2011_ICF_WPS_](http://Depot.Som.Yale.Edu/Icf/Papers/Fileuploads/2689/Original/2011_ICF_WPS_)

[The_Best_Venture_Capitalists_-_Metrick.Pdf](http://Depot.Som.Yale.Edu/Icf/Papers/Fileuploads/2689/Original/2011_ICF_WPS_The_Best_Venture_Capitalists_-_Metrick.Pdf)

Metrick, A. (2006). *Venture Capital And The Finance Of Innovation*. [Http://Depot.Som.Yale.Edu/Icf/Papers/Fileuploads/2689/Original/2011_ICF_WPS_The_Best_Venture_Capitalists_-_Metrick.Pdf](http://Depot.Som.Yale.Edu/Icf/Papers/Fileuploads/2689/Original/2011_ICF_WPS_The_Best_Venture_Capitalists_-_Metrick.Pdf)

Morris, D. M. (2018). Innovation And Productivity Among Heterogeneous Firms. *Research Policy*, 47(10), 1918-1932. [Https://Doi.Org/10.1016/J.Respol.2018.07.003](https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.07.003)

Oslo Manual 2018. (2018). En [The Measurement Of Scientific, Technological And Innovation Activities](https://doi.org/10.1787/9789264304604-En). [Https://Doi.Org/10.1787/9789264304604-En](https://doi.org/10.1787/9789264304604-En)

Pla-Barber, J., & Alegre, J. (2007). Analysing The Link Between Export Intensity, Innovation And Firm Size In A Science-Based Industry. *International Business Review*, 16(3), 275-293. [Https://Doi.Org/10.1016/J.Ibusrev.2007.02.005](https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2007.02.005)

PRADA VILLAMIZAR, S. (2022). ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN EN PYMES EN PAÍSES CON BAJO DESARROLLO INSTITUCIONAL: EL CASO DE AMÉRICA LATINA. *Universidad De Vlencia*.

Rahko, J. (2015). Internationalization Of Corporate R&D Activities And Innovation Performance. *Industrial And Corporate Change*. [Https://Doi.Org/10.1093/Icc/Dtw012](https://doi.org/10.1093/icc/dtw012)

Rahko, J. (2015b). Internationalization Of Corporate R&D Activities And Innovation Performance. *Industrial And Corporate Change*. [Https://Doi.Org/10.1093/Icc/Dtw012](https://doi.org/10.1093/icc/dtw012)

Rao, S., Ahmad, A., Horsman, W., & Kaptein-Russell, P. (2001). The Importance Of Innovation For Productivity. *DOAJ (DOAJ: Directory Of Open Access Journals)*. [Https://Doaj.Org/Article/5339a68bc92a45fda1244c522e476614](https://doaj.org/article/5339a68bc92a45fda1244c522e476614)

- Salomon, R. M., & Shaver, J. M. (2005). Learning By Exporting: New Insights From Examining Firm Innovation. *Journal Of Economics & Management Strategy*, 14(2), 431-460. <https://doi.org/10.1111/J.1530-9134.2005.00047.X>
- Shearmur, R., Doloreux, D., & Laperrière, A. (2015). Is The Degree Of Internationalization Associated With The Use Of Knowledge Intensive Services Or With Innovation? *International Business Review*, 24(3), 457-465. <https://doi.org/10.1016/J.Ibusrev.2014.10.004>
- Sierra-González, J. H., Bedoya, D. A. L., & García-Ospina, J. M. (2021). Innovation Financing In Colombia: An Explicative Proposal. *Cuadernos De Administración*, 34. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.Cao34.Ifce>
- Sierra, J. (2019). How Financial Systems And Firm Strategy Impact The Choice Of Innovation Funding. *European Journal Of Innovation Management*, 23(2), 251-272. <https://doi.org/10.1108/Ejim-07-2018-0147>
- Singh, S., & Aggarwal, Y. (2021). In Search Of A Consensus Definition Of Innovation: A Qualitative Synthesis Of 208 Definitions Using Grounded Theory Approach. *Innovation*, 35(2), 177-195. <https://doi.org/10.1080/13511610.2021.1925526>
- Zivlak, N., Ljubičić, M., Xu, M., Demko-Rihter, J., & Lalić, B. (2017). Learning By Internationalization: Positive Effects On Innovation In Chinese Companies. *Tehnički Vjesnik/Tehnički Vjesnik*, 24(3). <https://doi.org/10.17559/TV-20170307103404>