FACTORES CULTURALES QUE FACILITAN LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA LAS PYME DE CALZADO EN BOGOTÁ[4]

MAYERLIN AGUIRRE ROMERO[1]
KATHERINN ERAZO ÑAÑEZ [2]
KATHERIN RINCÓN GUTIÉRREZ [3]

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue detectar y analizar los factores culturales que facilitan la internacionalización de las pymes de calzado, ubicadas en el barrio Restrepo de la ciudad de Bogotá D.C.

Para el cumplimiento de este objetivo participaron 4 pymes del barrio Restrepo de la ciudad de Bogotá. Para la recolección de datos se aplicaron entrevistas guiadas, donde se preguntaba por 8 factores culturales enfocados en 5 aspectos. A partir de la información de las entrevistas se realizó una revisión bibliográfica, esta revisión proporciono información para el inicio del análisis. Para análisis de datos se realizó una lista de los factores más representativos como el idioma, la educación y aspectos relacionados con el tiempo, entre otros.

***Palabras clave**: pymes, proceso de internacionalización, factores culturales.*

[1] Estudiante de séptimo semestre de Administración de Negocios Internacionales, Konrad Lorenz.
[2] Estudiante de séptimo semestre de Administración de Negocios Internacionales, Konrad Lorenz.
[3] Estudiante de séptimo semestre de Administración de Negocios Internacionales, Konrad Lorenz.

[4] Artículo resultado del Proyecto de Investigación Formativa desarrollado en la asignatura *Negocios Internacionales* del programa de Administración de Negocios Internacionales de la Konrad Lorenz bajo la tutoría del docente de la asignatura e investigador del Centro de Investigaciones de la Escuela de Negocios -CIEN, Hugo Díaz, en el periodo 2010-II.

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años una de las dificultades notorias para el normal desarrollo de los procesos de internacionalización de las empresas, ha sido las barreras culturales inherentes a cada continente y dentro de este a cada país (Daniels, Radebaugh & Sullivan, 2010).

De acuerdo a Alonso J.A. para llevar a cabo procesos de internacionalización, toda empresa sin importar su tamaño requiere de cambios y de una mayor exigencia en sus condiciones, tales como: infraestructura, toma de decisiones de mercadeo, , capacitación, , entorno y cultura (Alonso J.A., 1994); por esta razón podría considerarse que una vez identificados dentro de estas condiciones los factores culturales y dentro de estos, aquellos que pueden favorecer un proceso de internacionalización, se puede indicar que existiría un avance en el análisis de los factores culturales que producen efecto en las empresas.

Respecto al sector calzado y haciendo referencia a la internacionalización se evidencia un crecimiento importante entre las exportaciones del 2004 al 2009 como lo indica el informe de PROEXPORT Colombia (comportamiento exportaciones calzado 2004 – mayo 2010), el informe indica que para el año 2009 las exportaciones en el sector calzado eran de US$111.7 millones de dólares, obteniendo así una participación del 7% en las exportaciones del macro sector. Dentro de los procesos que se adelantan para la internacionalización el sector calzado en conjunto con otras entidades no solo vemos análisis de datos con respecto a las exportaciones e importaciones en este sector, sino que también se pueden identificar varios estudios para proveer a los exportadores colombianos, de Calzado, la información relevante de mercados como el Polaco, República Checa, México, El Salvador, entre otros, con lo cual podemos ver la tendencia a abrir nuevos mercados.

El presente artículo se desarrolla en tres fases principales

Parte 1. metodología: dentro de la metodología se desarrollaron dos actividades para la recolección de datos: una la recopilación bibliográfica de información, cuidando el enfoque en investigación , artículos y modelos que tuviesen en cuenta la cultura y sus factores como aspectos importantes dentro del proceso de internacionalización. Otra de las actividades importantes durante el proceso de recolección fue el de entrevistas guiadas en las cuales se evaluaron 8 factores culturales que influyen en el proceso de internacionalización como: idioma, tiempo e idioma.

Parte 2. Análisis: para el desarrollo del análisis bibliográfico este se desarrolló con base en la implementación de la entrevista. Para de esta manera lograr enlistar los factores culturales enfocados en tres elementos que componen las empresas, su cultura organizacional, su capacidad de trato con los proveedores y por último el ingreso a nuevos mercados o nuevos clientes, tal como lo propone el modelo de Porter (Enrique C, & Diego Q, 2000; Porter, 1990)

Por último se encuentran los resultados de los factores culturales que tenían mayor incidencia en las Pymes analizadas, como: idioma, logros al trabajo, tecnología, entre otros., también se encuentra una explicación de los factores y como estos pueden ser utilizados en un posible proceso de internacionalización.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este trabajo y con el fin de facilitar el proceso de recopilación de datos se plantearon las siguientes estrategias Elaboración de instrumentó: para este proceso se determinaron 5 factores principales con los cuales se plantearon 8 factores de análisis (ver anexo 1) para estos se tuvo en cuenta a Daniels (2000) quien hace referencia a aspectos importantes para la elaboración del instrumentó.

Aplicación de encuestas: para esta aplicación se buscaron pymes ubicadas en el barrio Restrepo y se encontraran dispuestas a la aplicación de estas encuestas sin según tipo de remuneración económica o de otra clase.

Recopilación Bibliográfica: esta recopilación se realizó teniendo en cuenta las respuestas obtenidas en la aplicación de las encuestas, algunos de los temas leídos fueron, estrategias de internacionalización de la empresa, 2000, Impacto de la cultura en los negocios internacionales, un énfasis en los negocios con México, 2007, capítulo I, teorías del comercio internacional, entre otras.

Elaboración de factores determinantes: por último y teniendo en cuenta las respuestas de las encuestas y la recopilación bibliográfica, se estructuraron los 8 factores analizados de mayor a menor importancia.

ANÁLISIS

Para el análisis de la información se determinaron dos formas la tabulación de la información recopilada por medio de encuestas ver anexo 2, al momento de realizar este análisis se evidenciaron inconvenientes, esto debido a la falta de

conocimiento por parte de los encuestados de algunos aspectos en concreto,

Dentro del análisis efectuado a esta información se evidenció que de los 9 factores consultados los problemas más graves se presentan en:

Factores relacionados con el Idioma:

Como enunció Rodriguez, en el año 2007 y Daniels en el 2000, "El idioma es la clave de la cultura, y sin él las personas quedan fuera de todo" si fuera de todos los negocios ya que el conocimiento del idioma de la región muestra el respeto por otra cultura y su población". Algunos empresarios que no fueron encuestados indicaban "al inicio de mis primeros procesos de internacionalización el cual se realizó hacia china el idioma fue uno de los más grandes problemas por lo que tuvimos que acudir a un traductor…. Por esos motivos y la falta de conocimiento en importaciones realizamos una mala negociación" (Cardini, 2009). Esto nos muestra que el conocimiento o el encontrar un buen asesoramiento en este aspecto es un factor determinante en las negociaciones.

Factores relacionados con el Tiempo:

En este factor encantaramos que las pymes relacionan este aspecto a crítico ya que los inconvenientes con las entregas se presentan con mayor frecuencia, esto debido a que no es un factor que dependa solo de ellos sino que también del entorno en el que ellos se encuentran, algunos enumeraban aspectos como la obtención continua de recursos económicos ya que esta es muy pequeña no permite que se trabaje con cierta libertad lo cual reduce su capacidad de compra de materias primas y pago de mano de obra calificada, estos factores se ven reflejados en incumplimientos en entregas ya que estos son factores determinantes en los procesos productivos de la compañía. Ellos también aluden estos inconvenientes a la cultura del sector ya que por considerarse un trabajo artesanal no requieren de capacitación ni especialización.

Factores relacionados con el estudio:

Este es un factor que se considera importante pero que no es muy trabajado por las pymes ya que consideran que la capacitación de sus empleados no depende de ellos ya que la única presión que se ejerce es que los productos sean bien terminado, por lo cual solo se limitan a esto, ellos comentan que esto es un factor generalizado en todo el sector.

RESULTADOS

Dentro de los procesos de internacionalización y en los procesos de negociación es muy importante tener en cuenta todos los factores culturales que pueden influir en el establecimiento de las relaciones internacionales, en esta investigación después de haber desarrollado un análisis de los factores que las pymes consultadas consideran como críticos, desarrollamos una tabla de estos factores colocándolos de los que se consideran tiene menos inconvenientes, esto realizando una comparación con la teoría de Daniels (2000) y de Rodriguez (2007) cuando enuncian los factores culturales críticos que hay que tener en cuenta en el momento de un proceso de internacionalización. En el texto de Rodríguez (2007) se tiene en cuenta 7 factores de manera puntual los cuales también los retoma Daniels, Radebaugh & Sullivan, (2010) estos factores son:

1. Estética
2. Actitudes y creencias
3. Religión
4. Cultura materialista
5. Educación
6. Idioma
7. Organización social

Para el desarrollo de esta investigación se tomaron como referencia la estética, la cultura materialista, actitudes y creencias, educación y por último el idioma. (Ver tabla 1).

Una vez analizados estos datos y con miras a realizar una cercamiento a los factores culturales de las pymes y como ven ellas la importancia o influencia de estos factores se desarrolló el siguiente cuadro de factores en el cual encantamos el análisis efectuado al factor en las pymes y el enfoque que consideramos debería tener.

Tabla 1.

°	FACTOR DE ANÁLISIS, ENFOQUE TEÓRICO		ANÁLISIS DE RESPUESTAS
	TIEMPO	MANEJO DEL TIEMPO EN LA NEGOCIACIÓN	Este factor es en el que encontramos más acoplamiento ya que todos tienen un concepto de puntualidad y la búsqueda acuerdos con el cliente dado que se presenten problemas con las entregas, de igual menara también se tienen en cuenta que este factor varía dependiendo del lugar donde se esté realzando la negociación o el cliente con el cual se esté negociando
		PUNTUALIDAD EN LAS ENTEGAS	
	TECNOLOGÍA		Este es el factor en el que se ve más tendencia al cambio ya que son las mismas pymes quienes están evaluando que de no tecnificar sus procesos podrían llegar a quedar fuera del mercado.
	ARTE		Dentro del análisis se identificó que las pymes ven este aspecto como irrelevante, tanto en el mercado nacional como para una posible internacionalización, esto debido a que consideran que se mueven con la moda y no con las influencias artísticas de las culturas, por lo cual son factores que no se deben tocar ya que son propios de una cultura.
	COMPORTAMIENTO		Con respecto a los factores culturales de comportamiento muchas de las pymes consideran que estas están más enfocadas en el recurso humano operativo y no en los gerentes, de igual maneta tampoco se le presta mucha importancia esto debido a que ya que es un producto de consumo masivo y no se está especializado en un sector.
	EDUCACIÓN		Debido a que los colaboradores han obtenido el conocimiento del oficio por medio de la experiencia (empíricos) este es un factor que no permite el avance en la especialización del recurso humano.
	LOGROS Y TRABAJO		Este es un factor que muestra que en el sector del calzado el recurso humano por no ser muy especializado y no tener muchas expectativas en ocasiones no tiene un buen comportamiento frente al trabajo. También se hace mucho énfasis en que la capacitación de estas personas comienza a edades muy tempranas.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, J. A. (1994). *El proceso de internacionalización de la empresa.* ICE, Madrid.

DANE (2005). *Colombia, indicadores de competitividad de Calzado* 2001 - 2005 Trimestre III.* Recuperado 25 de septiembre de 2010.

Daniels, J. D., Radebaugh, L. H. & Sullivan, D. P. (2009) *International Business: Environments and Operations.* (12va. ed.) Upper Saddle River, NJ, EE.UU.: Prentice Hall

Fenalco le apuesta al sector calzado en el país. (s.f). Recuperado en septiembre 25 de 2010, de http://www.fenalcobogota.com.co/index.php?option=com_content&task=view&id=1736

Hill, C. W. L. (2001) *International Business: Competing in the Global Marketplace* Mexico D.F., Mexico: McGraw-HilL

Latinpyme (agosto 30 de 2010). Pymes del cuero con oportunidades en el exterior. *Revista especializada Latinpyme, centro de desarrollo empresarial, 65.*

Latinpyme (mayo 11 de 2010). Sector del calzado arranco el 2010 con repunte en las exportaciones. *Revista especializada Latinpyme, centro de desarrollo empresarial, 64.*

Lugo B. (05/2007). *El proceso de internacionalización de las empresas en el mundo competitivo y globalizado actual*. recuperado en septiembre 25 de 2010, de http://www.gestiopolis.com/canales8/eco/proceso-de-internacionalizacion-de-las-empresas-competitividad-y-globalizacion.htm

Lugo Benítez, J.E. (2007). *Globalización, integración internacional y apertura económica*

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2010). *Salvaguardia concluida Calzado.* Recuperado el 25 de octubre de 2010, de http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=6553&IDCompany=10

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (Octubre 2008). *Informe de Exportaciones Turismo e Inversión.* Recuperado en octubre 13 de 2010,Del sitio web slideshare: http://www.slideshare.net/escenaenelmar/exportaciones-e-importaciones-en-colombia-presentation

Ministerio de Desarrollo (2001). *Los retos de la cadena de cuero, sus manufacturas y el calzado en el siglo XXI.* Colombia.

Vázquez Nuñez, S.O. & Vásquez López, S.O. (2007). Principales enfoques teóricos e investigaciones empíricas generales sobre la internacionalización de pymes, un estudio exploratorio de investigaciones entre 1999 y 2004. *Contaduría y Administración, (222).* Pág. 41-57

PROEXPORT (2009). Market Research- Eastern Europe, Industrial Footwear In Poland

PROEXPORT (2010). Comportamiento exportaciones de calzado 2004 – mayo 2010. Recuperado en octubre 13 de 2010, Del sitio web slideshare: http://www.slideshare.net/colombiatravel/perfil-exportaciones-calzado-2004-mayo-2010

Rodriguez, A. (2007). Impacto de la cultura en los negocios internacionales, un énfasis en los negocios con México. *International Journal of Good Conscience.* México: Daena.